

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
ФГБОУ ВО «Уральский государственный педагогический университет»
Институт математики, физики, информатики и технологии
Кафедра информатики, информационных технологий и методики обучения
информатике

САЙТ ПРЕДПРИЯТИЯ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ И УСЛУГ НАСЕЛЕНИЮ

Выпускная квалификационная работа

Квалификационная работа
допущена к защите
Зав. Кафедрой

дата

подпись

Исполнитель: Колесникова Светлана
Михайловна,
обучающийся группы
ПИВС 1501-z

Руководитель: Шимов И.В.,
старший преподаватель
кафедры ИИТиМОИ

Екатеринбург 2020

РЕФЕРАТ

Колесникова С. М. САЙТ ПРЕДПРИЯТИЯ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ И УСЛУГ НАСЕЛЕНИЮ, выпускная квалификационная работа: 63 стр., рис. 33, библи. 61 назв., приложений 1.

Ключевые слова: САЙТ ПРЕДПРИЯТИЯ, ПРОДВИЖЕНИЕ ТОВАРОВ, ПРОДВИЖЕНИЕ УСЛУГ

Объект исследования – процесс разработки сайта предприятия.

Цель работы – разработка сайта предприятия для продвижения товаров и услуг населению.

В работе описаны теоретические аспекты продвижения товаров и услуг населению. Описана структура сайта. также разработан сайт предприятия фотографа «Все краски жизни» частного, который размещен в сети Интернет. Сайт создан с помощью бесплатного конструктора– WIX.

Оглавление

ВВЕДЕНИЕ.....	4
Глава 1.ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ И УСЛУГ НАСЕЛЕНИЮ.....	6
1.1. Методы продвижения товаров и услуг	6
1.2. Классификация и структурасайтов для продвижения товаров и услуг населению	12
1.3. Инструменты разработки сайтов	23
Глава 2. РАЗРАБОТКА САЙТА ПРЕДПРИЯТИЯ ДЛЯПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ И УСЛУГ НАСЕЛЕНИЮ.....	36
2.1. Структура сайта предприятия.....	36
2.2. Разработка сайта предприятия.....	41
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	51
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ.....	52
Мобильная версия сайта.....	59

ВВЕДЕНИЕ

Интернет развивается стремительно и сегодня большинство компаний уже имеют свои сайты. Впрочем, не только компании, но и частные лица, оказывающие те или иные услуги. Статистика утверждает, что в среднем каждый человек ежедневно проводит в интернете не менее 3-х часов. Это если не говорить о тех, кто связан с ним по работе. Учитывая такие данные, компании стали реагировать соответствующим образом и вести бизнес через интернет.

Люди оценили удобство сети. Ведь она позволяет вести бизнес, узнавать информацию, бронировать билеты и гостиницы. Возможности, предоставляемые такими ресурсами, невероятные.

Сфера услуг являются одной из самых перспективных сфер экономики и экономической деятельности. Она охватывает широкий спектр экономической деятельности и по своему функциональному назначению не является единым комплексом. В процессе коммерциализации российской экономики и при Российских реалиях: большие расстояния, острая нехватка времени; особую значимость приобретает такая важная форма реализации товаров и услуг, как торговля и реклама через сеть Интернет. Существует огромное количество способов коммерческого подхода к сети интернет. В сети можно рекламировать услуги, продавать товары либо представлять потребителю и то и другое. В современном бизнесе многое зависит от само презентации компании, ее позиционирования на рынке оказываемых услуг и способности искать новых клиентов и рынки сбыта. Одним из инструментов, как имиджевых, так и маркетинговых, является наличие своего сайта в сети

Интернет, с точки зрения бизнеса, это современная рекламная площадка, позволяющая обеспечить приток клиентов. Web-сайт превращает компанию в современный бизнес. Web-сайт компании является важнейшим источником информации для потенциальных клиентов и людей, чье мнение является общественно значимым.

Наличие собственного сайта существенно повышает имидж компании в глазах потенциальных клиентов и партнеров.

Сайт – это виртуальный офис, работающий круглосуточно и без выходных. В любой момент пользователь может зайти «в него» и получить нужную ему информацию:

- подробное описание товаров и услуг;
- контактные данные;
- время работы и т.д.

Как минимум 30% клиентов узнают о компаниях именно через сайт. Уже сегодня интернет имеет массу преимуществ перед более привычными СМИ, посредством которых ранее запускалась реклама[19].

Таким образом, все вышесказанное свидетельствует об актуальности направления, связанного с разработкой сайта предприятия, следовательно, и об актуальности исследуемой нами темы «Сайт предприятия для продвижения товаров и услуг населению». Для организации исследования по теме нами были сформулированы методологические характеристики.

Объект: процесс разработки сайта предприятия.

Предмет: технологии продвижения товаров и услуг населению.

Цель: разработка сайта предприятия для продвижения товаров и услуг населению.

Для достижения поставленной цели необходимо выполнить следующие **задачи:**

1. Провести анализ методов продвижения товаров и услуг населению.
2. Рассмотреть классификацию сайтов для продвижения товаров и услуг населения.
3. Изучить инструменты разработки сайтов.
4. Разработать сайт предприятия для продвижения товаров и услуг населению.

Глава 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ И УСЛУГ НАСЕЛЕНИЮ

1.1. Методы продвижения товаров и услуг

Современный рынок перенасыщен товарами и услугами – как отечественными, так и импортными. В подобных условиях процесс продвижения продукта или услуг на рынок, является для многих компаний затратным, длительным и сложным.

Компании, занимающиеся оказанием различных видов услуг, должны уметь сохранять существующих клиентов и привлекать новых потребителей, завоевывать их доверие с помощью различных маркетинговых мероприятий.

Продвижение товаров (англ. – promotion) представляет собой маркетинговую деятельность, обеспечивающую создание благоприятного образа товара и самой фирмы в представлении потребителей и, в конечном счете, покупку товара. Продвижение товаров должно возбуждать у потребителей желание сделать первую покупку и совершать все последующие[39].

В словаре записки маркетолога под продвижением в маркетинге (промоушн, promotion, промо) понимают – комплекс маркетинговых мер, направленных на увеличение спроса и, как следствие, увеличение продаж[25].

Продвижение товара – любая из возможных форм коммуникации, используемых для информирования, убеждения и напоминания о своих товарах, услугах, общественной деятельности и их влияния на общество[25].

Продвижение товара/услуги – это деятельность по планированию, контролю над физическим перемещением материалов и готовых изделий от мест их производства к местам потребления с целью удовлетворения нужд потребителей и выгодой для себя [18, с.134]

На сегодняшний день методам продвижения товаров и услуг посвящено большое количество книг, периодической литературы и научных

изданий. При написании дипломной работы были изучены как учебные пособия Ф. Котлера «Основы маркетинга», «Основы рекламы» автора Головлевой Е.Л., Гольман И. «Реклама плюс реклама минус», Феофанов О.А. «Новые технологии в России», так и практические труды российских и зарубежных рекламистов. Это, например, «Мудрый рекламодатель» Александра Репьева, «Слоган» В.В. Кеворкова и др.

Исходя из выше сказанного, можно сделать вывод что под продвижением понимается комплекс маркетинговых мероприятий, целями которых являются увеличение доли товара, услуги, компании или бренда, занимаемой ими на рынке; вывод товара на рынок; увеличение их узнаваемости; привлечение новых клиентов.

Выделяют различные методы продвижения услуг на рынке. Некоторые сервисные фирмы используют только один, другие целый комплекс. Независимо от поставленных целей, размеров бизнеса и представленного ассортимента услуг, необходимо разрабатывать и реализовывать эффективные стратегии продвижения, которые усилят позиции компании и выделят ее среди конкурентов.

С точки зрения маркетинга выделяют две категории продвижения товаров и услуг населению: традиционный маркетинг и интернет-маркетинг[43].

Традиционная концепция маркетинга

Концепция (от лат. *conceptio* – понимание, система), определённый способ понимания, трактовки какого-либо предмета, явления, процесса, основная точка зрения на предмет и др., руководящая идея для их систематического освещения» – так определяет термин концепция в Большой Советской энциклопедии[24].

Концепции маркетинга – это задачи, решение которых необходимо для достижения желаемых уровней сбыта на разных рынках, принципы и методы их решения.

Концепция маркетинга утверждает, что залогом достижения целей организации является определение нужд и потребностей целевых рынков и обеспечение потребности более эффективными и более продуктивными способами, чем у конкурентов. Объектом основного внимания являются целевые клиенты фирмы с их нуждами и потребностями[13].

В категории традиционного маркетинга можно выделить несколько групп методов продвижения.

Формальные методы продвижения

Многие небольшие фирмы, такие как салоны красоты или химчистки, не применяют формальные методы продвижения. Организации, оказывающие услуги для бизнеса (юридические, бухгалтерские и др.) не всегда используют маркетинг в своей деятельности. Это приводит к оттоку клиентов и сокращению уровня продаж[26].

К формальным методам продвижения относят:

- реклама в традиционных СМИ (пресса, радио и телевидение);
- наружная реклама;
- связи с общественностью;
- организация различных мероприятий (выставки, дегустации, распродажи, акции, лотереи и пр.);
- изготовление различных презентационных раздаточных материалов (буклеты, каталоги и пр.).

Самым дорогим и популярным способом продвижения является реклама. Она призвана информировать потребителей о компании, ее деятельности и потребительских свойствах продукции. Но никакая престижная и дорогая реклама не продаст товар или услугу, если она имеет низкую востребованность и актуальность среди потенциальных и реальных клиентов компании.

Основная цель рекламы – повышение дохода компании за счет увеличения спроса на предоставляемые услуги или товар[44].

Метод сарафанного радио

Самый главный критерий выбора сервисной компании – это качество предоставляемых услуг. Оценить его до получения услуги невозможно. В этом случае помогает сарафанное радио. Это один из самых эффективных и бесплатных методов продвижения.

Партизанский маркетинг

Следующий метод, используемый многими фирмами – это партизанский маркетинг. Он способствует построению сети сторонников. Довольный клиент расскажет 10 знакомым, поделится своими эмоциями и впечатлениями. Далее разрабатывается программа лояльности, которая выделяет бонус клиентам за приглашение нового.

Интернет-маркетинг

Для продвижения не только товаров, но и услуг компании ищут бюджетные и инновационные каналы. В настоящее время такими каналами являются мобильные телефоны и интернет. Именно мобильные устройства позволяют потребителям тесно «общаться» с брендами, узнать актуальную информацию о новинках, специальных акциях и предложениях. Например, печатные купоны на представление услуги или бесплатного кофе используют 3% потребителей, а электронными (мобильными) купонами пользуется в 2-3 раза больше посетителей

Методы продвижения услуг в социальных сетях

В интернете появляются новые, инновационные методы коммуникаций. Популярной формой являются социальные сети. Это не только современный, но и малозатратный метод продвижения.

Самой активной соцсетью считается Инстаграм. Ее используют не только для общения, просмотра фото и видео, но и для продвижения услуг. Компании создают бизнес-странички и предлагают свой ассортимент услуг многочисленной аудитории пользователей Инстаграм.

Чтобы потенциальный потребитель обратил внимание на услугу или на компанию, необходимо привлекательно оформить профиль, загружать

разнообразный контент (совмещать информационный, развлекательный и проведение розыгрышей).

Популярным методом продвижения является привлечение известных блогеров, лидеров мнений для рекламы услуг компании. Влияние таких людей приравнивается к воздействию высоко охватных и авторитетных средств массовой информации. Блогеры имеют огромное количество подписчиков, которые следят за их жизнью, воспринимают их советы и рекомендации верными, приобретают те же товары и услуги, что они, и т.д.

Следующей по популярности социальной сетью является российская сеть Вконтакте. Активно используется в основном молодежью, поэтому следует ориентироваться на данную целевую аудиторию при продвижении своих услуг.

Базовой возможностью использования этой соцсети для продвижения услуги является создание сообщества (страницы или группы). Это сообщество является визиткой компании, которое индексируется поисковыми системы Яндекс и Google.

Методы продвижения услуг в Интернете

Кроме социальных сетей, эффективными методами продвижения услуг в интернете являются следующие:

- создание собственного сайта и его продвижение;
- таргетированная и контекстная реклама;
- создание блога или видеоканала;
- реклама на чужих ресурсах;
- sms и email рассылки.

Наличие сайта у частного фотографа и размещение его в сетях интернет – это верное решение: данный ресурс поможет клиентам и партнерам быть в курсе последних новостей организации, обеспечит легкую обратную связь, представит организацию в интернете и просто повысит ее авторитет.

Сайт (от англ. site – место; местонахождение, местоположение; позиция) – совокупность электронных документов частного лица или организации в компьютерной сети, объединённых под одним адресом (доменным именем или IP-адресом) [27, с.528].

Любая реклама в интернете должна ссылаться на сайт, а точнее раздел сайта, который отражает суть рекламы. Например, рекламное объявление фотографа «Осенняя фотосессия в Камышлове». Значит, пройдя по ссылке рекламы, клиент должен попасть не на главную страницу сайта, а на страницу, посвященную именно осенней фотосессии с фотографиями, отзывами и возможностью записаться прямо сейчас со скидкой.

Сайт должен побуждать клиента к действию, то есть у клиента после посещения сайта и просмотра материала должно возникнуть желание позвонить, заказать, записаться на услугу. И вы должны ему предоставить такую возможность с любой страницы вашего ресурса 24 часа семь дней в неделю.

Сайт должен быть адаптивен, то есть, одинаково функционален при просмотре с компьютера, планшета и смартфона[14].

Сайт должен быть наполнен не только полезным контентом, но и seo-оптимизированным, чтобы поисковые системы выводили его в верхние позиции при поисковом запросе. Для этого необходимо добавлять в тексты ключевые слова и фразы.

Важно, чтобы навигация по сайту была удобной и побуждала не меньше контента к совершению действия: звонок в компанию, заказ услуги.

Универсальным методом продвижения является контекстная и таргетированная реклама. Пользователь вводит соответствующий запрос в поисковике и происходит переход на страницы с указанием сайтов и рекламных объявлений. Если нажать на такую рекламу можно попасть на сайт сервисной компании или на страничку в социальных сетях.

Услуга представляет собой некоторый процесс, который состоит из ряда этапов. Можно создать блог или канал на youtube, который будет

рассказывать о достижениях, лайфаках в конкретной сфере услуг. Контент должен зацеплять посетителей, быть для обычных людей, но при этом выделяться среди конкурентов, поэтому обязательно не злоупотреблять профессиональной терминологией.

Дополнительным преимуществом станет реклама на сторонних, раскрученных сайтах. Это могут быть тематические ресурсы или сайты, предлагающие сопутствующие услуги.

Эффективным методом продвижения, а точнее удержания клиентов является создание программ лояльности. Хорошо работают sms и email-рассылки по базе клиентов для напоминания о себе и информирования о новинках[26].

Таким образом, вышеизложенные факты подтверждают актуальность сайта предприятия для продвижения товаров и услуг населению.

Сайт – это не просто полная информация о фирме, ее сфере деятельности и контактах – это возможность решения различных маркетинговых и коммерческих задач бизнеса.

Наличие собственного сайта необходимо для формирования корпоративного имиджа. Наличие корпоративного имиджа говорит о стабильности компании, о серьезности намерений на рынке, о планах на дальнейшую перспективу и о том, что фирма заботится о своих клиентах, динамично развивается, выходит на новый уровень ведения бизнеса. [52, с.256].

Сайт выполняет функцию рекламы. Чем более подробно указана информация о товаре или услуге на сайте, тем лучше будут идти продажи, потому что покупатель информирован и подготовлен. Это наиболее дешевый вид рекламной кампании.

1.2. Классификация и структура сайтов для продвижения товаров и услуг населению

Для многих компаний и частных лиц, имеющих бизнес или оказывающих услуги, иметь свой сайт стало практически необходимым. Интернет-сайт позволяет вести и развивать свою деятельность более эффективно и удобно. Имея свой собственный сайт, повышается имидж своей компании в глазах партнеров и клиентов. Для того, чтобы сайт работал, был функциональным и рентабельным, необходимо заранее определиться с видом сайта.

Виды сайтов можно разделить и классифицировать по двум основным параметрам:

- по техническому исполнению, то есть, по тому, как сайт сделан «изнутри»;
- по назначению сайта, то есть, для какой цели будет делаться сайт.

Внутри этих двух групп, в свою очередь, сайты делятся на более мелкие подвиды.

Ниже рассмотрим классификацию сайтов по назначению.

Коммерческие типы сайтов (сайты для бизнеса)

Сайт-визитка

Сайт-визитка является одним из самых простых и недорогих видов сайтов. Данные сайты чаще всего состоят из HTML страниц, имеют достаточно простой и функциональный дизайн. Минус визиток в том, что такие сайты достаточно сложно развивать. Из-за того, что они, как правило, делаются на HTML, – для добавления какой-либо функции – потребуется помощь программиста.

На сайтах-визитках размещается поверхностная информация об организации: основные сведения о компании, страница со списком товаров и услуг, контакты, реквизиты.

Корпоративный сайт

Такой вид сайтов, как корпоративный, предназначен для компаний, оказывающих услуги, и желающих более ярко осветить информацию о себе в интернете. Также, сайт корпоративного типа подойдет для продажи товаров,

если их небольшое количество, не превышающее 50-100 шт. Такие сайты, как правило, делают для того, чтобы повысить репутацию компании в глазах потенциальных клиентов, увеличить вероятность совершения звонка или заказа товара.

Помимо основной информации о компании, на корпоративном сайте размещается информация об услугах и товарах. Как правило, каждой услуге отводится отдельная страница, а товары группируются в категории.

Корпоративный сайт должен содержать в себе дополнительный функционал:

- фотогалереи;
- формы обратной связи;
- каталог товаров;
- комментарии;
- виджеты соц. сетей;
- защита от спама;
- прочие функции, набор которых зависит от конкретных задач, решаемых сайтом.

Отличительной особенностью корпоративных сайтов является возможность выкладывать новости компании, размещать акции, баннеры, информацию о новинках товаров и услуг.

Корпоративный сайт – вид сайтов, который чаще всего предпочитают предприниматели, оказывающие услуги, такие как:

- строительных работ;
- риэлтерские, кадастровые услуги;
- ремонт чего-либо;
- сдача в аренду;
- видео-фото услуги;
- бытовые услуги;
- праздничные агентства;
- доставка еды;

- дизайн-услуги;
- полиграфические;
- прочие виды услуг и товаров.

Интернет-магазин

Следующая категория коммерческих сайтов – интернет-магазины. Основная деятельность такого вида сайтов – прямая продажа товаров через интернет.

На сегодняшний день, интернет-магазины очень популярны среди покупателей. Не нужно тратить много времени на поездки и походы по торговым центрам в поисках, подходящих для себя товаров и цен. Интернет – магазины представляют собой интернет-витрину товаров, разбитую, для удобного поиска, по категориям. Плюсом является то, что на весь ассортимент, представленный на сайте, можно предоставить подробное описание, фотографии, отзывы покупателей.

Главной отличительной особенностью интернет-магазина является модуль «Корзины». Отправив в корзину выбранный товар, покупатель, без особых усилий, сможет оформить заказ, попутно выбрав наиболее удобный для себя способ доставки и оплаты. Также, в интернет – магазинах предусмотрена система бонусов и скидок на последующие заказы. Можно делать купоны или промокоды, чтобы повысить продажи и лояльность покупателей.

Затраты на содержание интернет – магазина намного меньше, чем магазина розничной торговли. Предпринимателю не нужно платить аренду за торговое помещение, склад, зарплату продавцам и менеджерам. Всю эту работу сможет сделать гораздо меньшее количество людей, сидящих в одном помещении, и работающих с клиентами по телефону или через интернет.

Соответственно, цену на товар можно поставить ниже, чем в оффлайн магазинах, при сохранении той же самой маржи.

Вторым фактором удобства для покупателей является наличие доставки – не нужно никуда ехать, всё привезут домой.

Интернет магазин рекомендуется, если количество товаров, превышает 100 единиц. Все интернет магазины, как правило, комплектуются удобной панелью администратора, чтобы хозяин бизнеса мог самостоятельно добавлять, удалять товары, изменять цены, контакты и способы доставки и оплаты.

Landing Page (Посадочная, продающая страница, одностраничник)

Для более эффективной продажи товаров и услуг создают так называемые «одностраничники», или, по-другому, лендинги, посадочные страницы, лендинг пейдж. Цель этого типа сайтов – привлечь внимание клиентов, заинтересовать так, чтобы потребитель как можно дольше оставался на сайте и в конечном результате купил товар «прямо сейчас». Особое внимание уделяется оформлению, т.е. дизайну сайта, каждая деталь которого должна выполнять свою функцию. Влиять на сознание посетителя сайта так, чтобы он совершил звонок или оставил заявку.

Отличительные особенности лендинг пейдж:

- делают для продажи единичного товара или услуги;
- отсутствует меню навигации, либо кнопки в меню ведут на внутренние блоки лендинга;
- всё внимание приковано к целевому действию – продаже или оставлению контактов в форме захвата.

Чаще всего, продающие посадочные страницы содержат следующие информационные блоки:

- слоган, заголовок, или «уникальное торговое предложение», УТП;
- уникальные, привлекательные фото и видео товаров и услуг, вызывающие желание обладать этими товарами, или воспользоваться услугами;
- раздел с преимуществами компании;
- почему должны обратиться именно к вам;
- блок с выгодами, которые получит клиент (решение его проблем, избавление от страхов, болей, престиж от дорогой покупки и прочее);

- социальные доказательства – отзывы клиентов, воспользовавшихся услугами. Нужно уделить внимание «реальности» отзывов;
- формы захвата – кнопки «Хочу!» «Заказать бесплатную консультацию» «Купить сейчас» и подобные;
- тарифы и цены на товар или услугу;
- блок с контактными данными.

Landing Page, в настоящее время, обладает большой популярностью и успехом, так как позволяет, при том же количестве трафика, получать больше заявок от заинтересованных клиентов. То есть, другими словами, лендинг повышает конверсию из посетителей сайта в клиента.

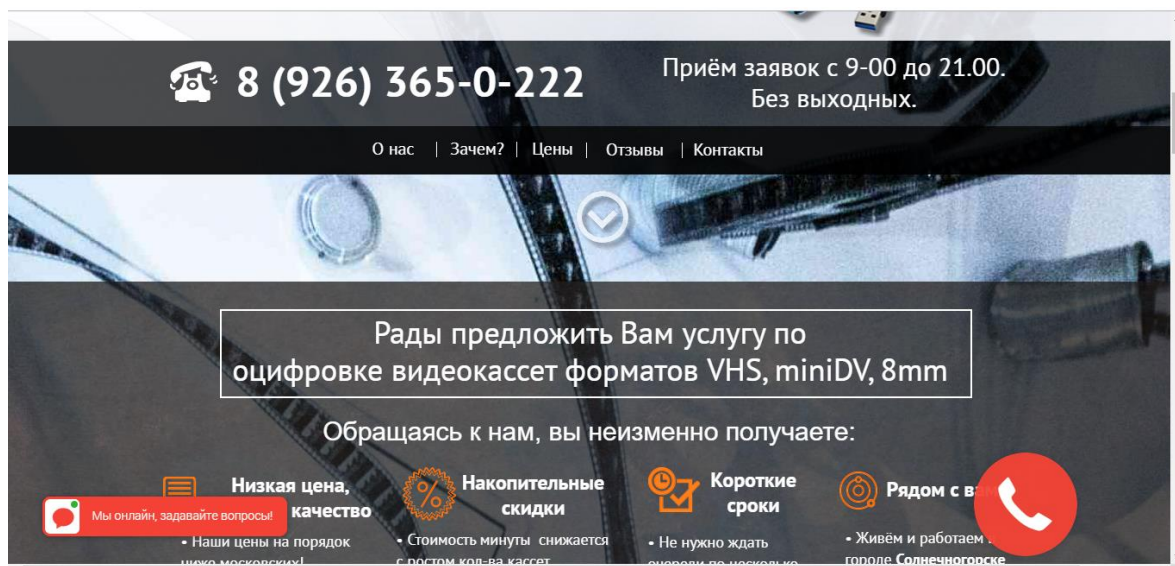


Рисунок 1. Пример лендинга по оцифровке видеокассет (начало).



Рисунок 2. Пример лендинга по оцифровке видеокассет (продолжение).

Мультилендинг

Более продвинутый вариант обычных Лендингов – мультилендинги. На этом типе Landing Page данные (информация в блоках, контакты) изменяются в зависимости от географического положения пользователя, или запроса, по которому он пришёл из поисковой системы. То есть, каждому пользователю отображается своя информация. Это может значительно повысить конверсию любого лендинга, за счёт более точного попадания под целевую аудиторию.

One Screen

Один экран, самая важная информация, кнопка захвата, контактные данные – эти элементы обязательно должны быть на Одно Экраннике, или One Screen сайте. Пример такого вида сайтов, в стиле One Screen, вы можете посмотреть на рисунке 3.

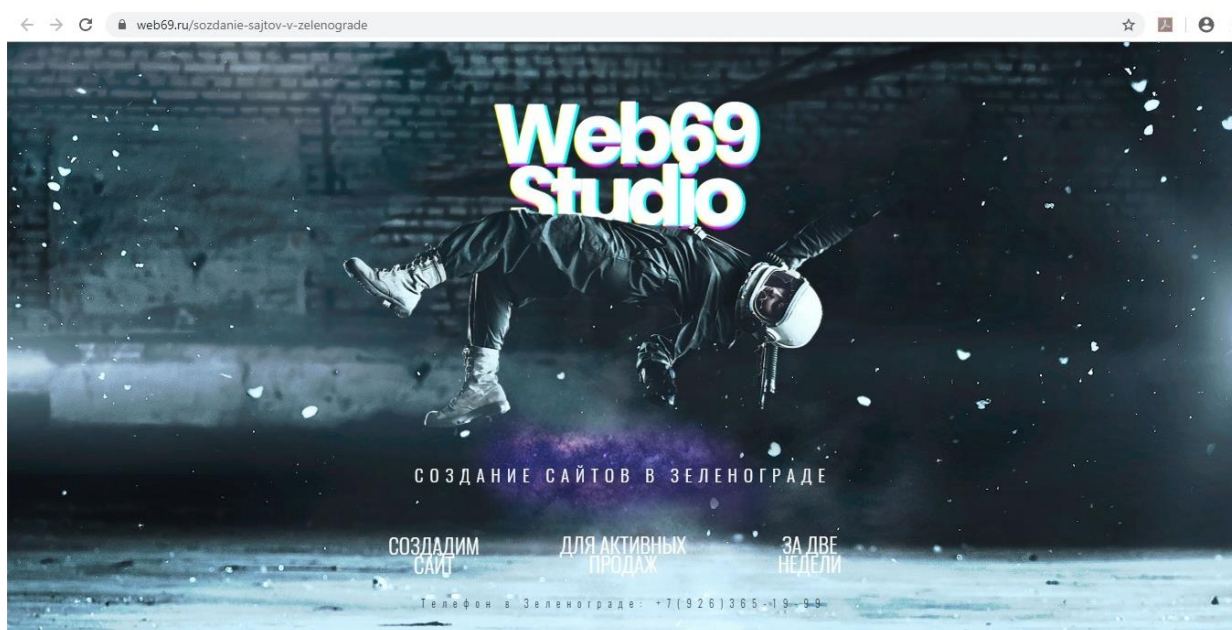


Рисунок3. Пример One Screen сайта.

Квиз

Для одноэкранников, и не только, будет очень эффективен сайт-квиз. Квизы – тренд, который пришёл в интернет-маркетинг в 2018 году, и многие о нём ещё не знают. Такой тип сайтов, по отзывам, повышает посещаемость в 5 раз.

Суть квиз-сайта в следующем. Проводится опрос пользователя, выявляя его потребности, и, в процессе, помогая самому понять, чего он

вообще хочет. В конце квиз-опроса можно попросить клиента оставить контакты, предложив скидку за прохождение теста. Ведь он, отвечая на типичные вопросы, в форме игры, позволяет менеджерам сразу сориентироваться, чего хочет потребитель, и что ему предлагать. Это экономит время на обработку заявки, и, соответственно, деньги.

Смешанные типы сайтов

Технологии не стоят на месте, конкуренты подтягиваются, и, в 2019 году многие предпочитают делать смешанные типы сайтов. К примеру, на корпоративные сайты размещают интернет магазин, вводя в свой ассортимент новые товары и услуги. Либо, делают несколько Лендингов на одном сайте под каждую услугу или товар[23].

На основании вышеизложенных фактов, можно сделать вывод, что самым подходящим сайтом для продвижения услуг фотографа, является корпоративный сайт.

Корпоративный сайт – это портал для бизнеса, необходимый элемент успешной работы любой компании. Именно от внешнего вида и функционала этого сайта зависит, какое мнение о компании сложится у потенциальных клиентов. С помощью данного вида сайта можно решить сразу большое количество вопросов.

Среди основных целей сайта можно отметить следующие моменты:

- компания размещает актуальные новости и свежую информацию о своей деятельности;
- на сайте подробно рассказывается обо всех услугах и товарах, чтобы каждый мог получить всю необходимую информацию в кратчайшие сроки;
- на сайте размещается вся контактная информация, в том числе номера телефонов, электронная почта и другие способы, воспользовавшись которыми, с компанией может связаться любой желающий.

Рассмотрев классификацию типов сайтов, необходимо изучить их структуру.

Структура сайта – это иерархия страниц и связи между ними. Продумывать структуру нужно еще до запуска проекта, потому что без четкой логики получаем бессвязный набор документов[31].

Правильная структура сайта – это система расположения страниц сайта по четко сформированной логической схеме, структуру можно обозначить, как иерархию всех страниц сайта, их принадлежность к тем или иным каталогам и папкам.

В тезисах структуру сайта можно охарактеризовать так:

- где я нахожусь сейчас (страница входа);
- куда я могу попасть (переход);
- взаимосвязь между категориями[32].

Типы структуры сайта в виде схем.

Линейная

Все логично устроено – страницы ссылаются друг на друга и одновременно на главную. Этот тип структуры данных сайта отлично подходит для портфолио, презентационных ресурсов и других специфических интернет площадок, целью которых является последовательное ознакомление пользователей со всеми имеющимся контентом. Внимание читателя здесь переходит от главной страницы к последней, проходя через все остальные. Минус такой схемы в том, что успешному продвижению подлежит лишь главная страница. А значит, привлекать новых посетителей будет затруднительно. Линейная структура больше подходит тем, для кого не принципиально получать трафик из поиска[48].

На рисунке 4 представлен пример линейной структуры сайта.

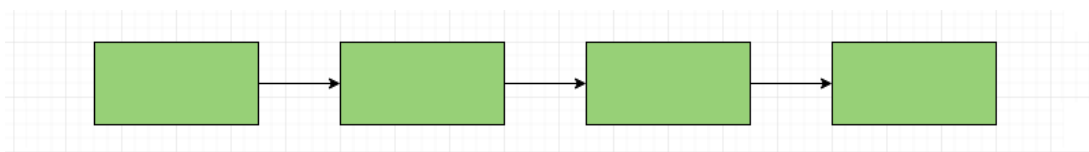


Рисунок 4. Пример линейной структуры сайта.

Линейная с ответвлениями

Этот тип похож на предыдущий вариант. Только здесь можно применять одновременно несколько продуктов. Самый распространенный пример такой схемы – онлайн библиотека одного автора с его произведениями. Для продвижения эта структура сайта не подходит[48].

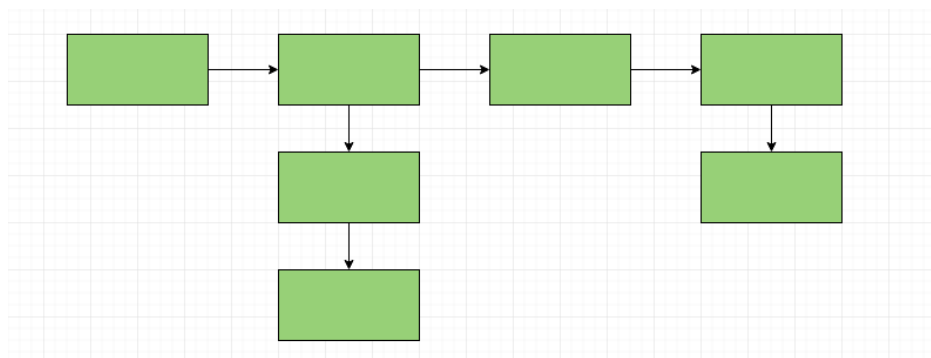


Рисунок 5. Пример линейной с ответвлениями структуры сайта.

Блочная

В данном случае каждая страница ссылается на несколько других, равнозначных между собой. Эту конструкцию можно использовать для какого – то определенного продукта, размещая отдельные записи с описанием его преимущества/свойства или совокупности характеристик. Все записи здесь связаны между собой и ссылаются на главную, что позволяет эффективно её продвигать. Однако данный подход крайне специфичен и подходит далеко не для всех интернет площадок[48].

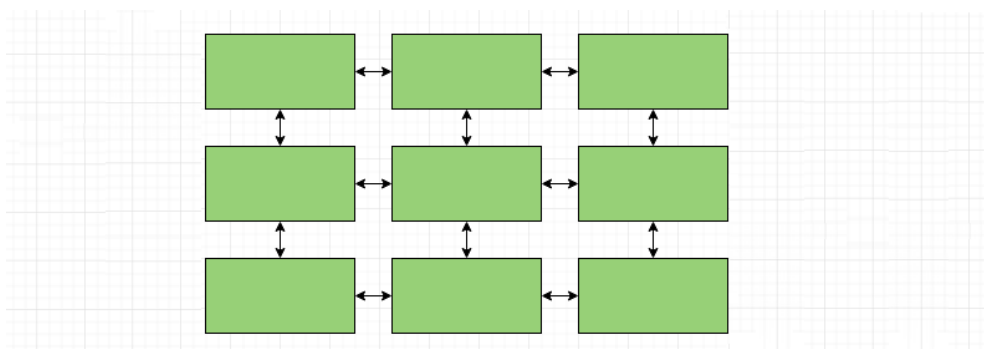


Рисунок 6. Пример блочной структуры сайта.

Древовидная

Универсальная конструкция, которую используют 99% всех ресурсов. Для каждого направления здесь имеется своя ветка, для каждого товара или услуги – отдельное ответвление. Другими словами, записи объединяются в привычные всем разделы и подразделы. В данном случае внимание

посетителей концентрируется не только на главной, но и на разделах (каждая запись раздела ссылается одновременно на главную и на свой раздел)[33].

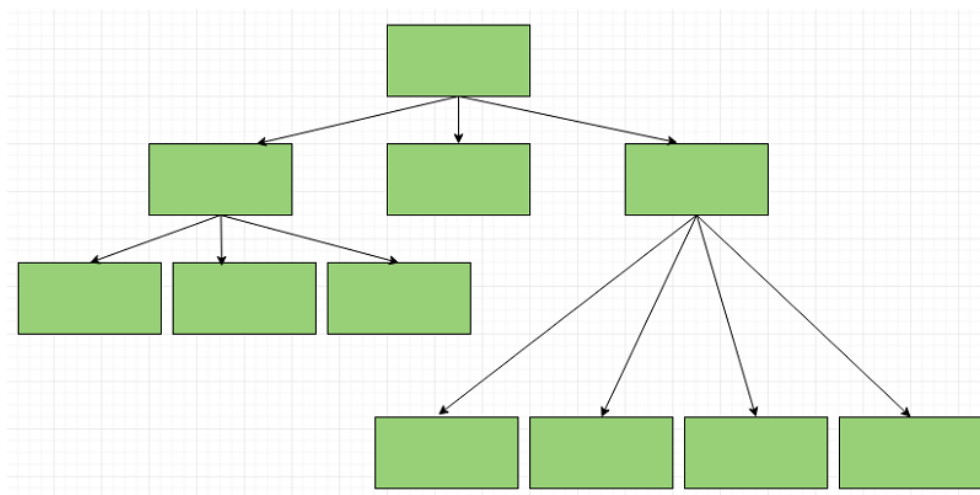


Рисунок 7. Пример древовидной структуры сайта.

Грамотно спроектированная структура одинаково важна как для коммерческих сайтов, ориентированных на продажу товаров и услуг, так и для информационных, основная цель которых – трафик.

5 основных преимуществ правильной структуры сайта:

- 1) Ускорение индексации сайтов с большим количеством страниц разного уровня вложенности, например, крупных интернет-магазинов и каталогов.
- 2) Продуманная структура позволяет избежать технических ошибок, которые негативно влияют на SEO, например, дублей, пустых страниц и так далее.
- 3) Повышение юзабилити, что в свою очередь улучшает поведенческие факторы, так как повышается качество пользовательского опыта.
- 4) Более эффективное продвижение за счет грамотного распределения семантики и создания релевантных посадочных страниц под разные группы запросов.
- 5) Повышение конверсии вследствие предыдущих двух пунктов – довольные пользователи покупают более охотно[22].

Корпоративный сайт ориентируется сразу на несколько целевых аудиторий, содержит в себе гораздо большее количество информации и разделов. Практически вся деятельность компании отражается на одном

ресурсе.С помощью корпоративного сайта есть возможность регулярно оповещать клиентов о новых акциях и товарах.

1.3. Инструменты разработки сайтов

Существует большое количество инструментов для разработки веб-сайтов.

Веб-страницы и веб-сайты широко применяются во Всемирной паутине. Для создания веб-сайтов используется язык разметки гипертекстовых документов HTML (Hyper Text Markup Language).

Веб-страницы (англ. Webpage) – документ или информационный ресурс Всемирной паутины, доступ к которому осуществляется с помощью веб-браузера[12].

Сайт, или веб-сайт (от англ. website: web – «паутина, сеть» и site – «место», буквально «место, сегмент, часть в сети»), – одна или несколько логически связанных между собой веб-страниц; также место расположения контента сервера[46].

Веб-разработка – процесс создания веб-сайта или веб-приложения. Основными этапами процесса являются веб-дизайн, вёрстка страниц, программирование для веб на стороне клиента и сервера, а также конфигурирование веб-сервера[11].

Методы конструирования веб-сайтов и инструменты, с помощью которых выполняется конструирование, очень разнообразны, их можно классифицировать по различным признакам. Важнейшими из них являются степень автоматизации конструирования сайта и методика процесса разработки[28].

Существует три способа разработки сайтов.

1) С помощью языков программирования.

Язык программирования – это формальный язык для записи алгоритмов в форме понятной компьютеру (исполнителю алгоритма)[45].

Для использования данного способа необходимо изучить HTML (гипертекстовая разметка) и CSS (каскадные таблицы стилей).

HTML (Hyper Text Markup Language) – язык разметки (маркировки) гипертекста. HTML дает возможность производить переход от одной части текста к другой[55].

CSS (Cascading Style Sheets) – язык таблиц стилей, который позволяет прикреплять стиль (например, шрифты и цвет) к структурированным документам (например, документам HTML и приложениям XML)[37].

При создании динамического веб-сайта требуется освоение PHP (скриптового языка программирования). Чаще всего данный язык называют «северным языком», благодаря способности тесно взаимодействовать с сервером. Еще одним важным инструментом для развития динамического интернет – ресурса – это javascript.

PHP (Personal Home Page – персональная домашняя страница)- это бесплатно распространяемый язык – интерпретатор, обеспечивающий написание мощных скриптов[27].

JavaScript– это язык программирования, который базируется на объектном представлении браузера. Он используется для того, чтобы придать сайту больше интерактивности по сравнению с обычным статичным HTML-документом. К примеру, в пользовательском интерфейсе можно будет реализовать меняющиеся рисунки, бегущую строку из текста[10].

Для использования данного способа требуется лишь стандартная программа блокнот.

2) С помощью визуальных редакторов.

В данном способе особые знания не требуются в области программирования. Визуальное оформление настраивается простыми действиями, знание исходного кода (внутренняя часть ресурса) не обязательно.

Предоставленный способ создания интернет – ресурса подойдет только новичкам, так как визуальные редакторы «захламляют» исходный код не нужными тегами.

3) С помощью специальных сервисов.

Проблем с поиском сервисов не возникает, так как на сегодняшний день разработчики предлагают широкий выбор разнообразных продуктов. Самые популярные из них UCOZ, LiveJournal, Blogger, WordPress.

Необходимо зарегистрироваться и воспользоваться готовым шаблоном, либо конструктором. Это очень просто, оплачивать хостинг не обязательно, в качестве бонуса можно получить домен третьего уровня.

Хостинг (англ. hosting) – услуга по предоставлению ресурсов для размещения информации на сервере, постоянно находящемся в сети (обычно Интернет)[51].

Доменное имя – символическое имя, служащее для идентификации областей, которые являются единицами административной автономии в сети Интернет, в составе вышестоящей по иерархии такой области. Каждая из таких областей называется доменом[17].

Инструменты разработки сайта.

К инструментам разработки сайтов можно отнести все, что помогает в разработке интернет проектов. Следовательно, обычный блокнот, где можно писать код, является инструментом разработки.

Блокнот является полезным инструментом для тех, кто собирается самостоятельно создавать свой ресурс или вносить какие-то правки в него. Для использования блокнота потребуются написание кода на языках html и css как минимум.

Редактор кода

Для самостоятельного создания веб-сайта или его изменения. С помощью данного инструмента придется писать код на языках HTML и CSS, а также возможно и на других. Редактор обеспечивает удобство работы, он

подсвечивает код и отражает разные подсказки по правильному написанию. При желании всегда можно отключить не нужные функции.

Самые популярные редакторы кодов: Notepad++, Brackets, SublimeText и другие[45].

Среда разработки

Программа данного типа отличается более широким функционалом. Она похожа на обычный редактор, но включает в себя гораздо больше возможностей. Среда разработки подразумевает наличие всего необходимого для создания веб-сайта. Обычно такую программу устанавливают для того, чтобы работать с различными языками программирования. Так как в большинстве случаев современные специалисты используют для разработки веб-сайтов PHP, то именно для него и устанавливается эта программа.

Одним из самых оптимальных вариантов является NetBeans. Это бесплатная программа в различных своих сборках может обеспечить разработчика всем необходимым[20].

Графические редакторы

По правилам реализация интернет-проекта начинается с веб-дизайнера, который должен нарисовать макет сайта в подходящей программе (к примеру, в Photoshop), чтобы верстальщику не приходилось все придумывать с нуля. А значит, графический редактор тоже является важным инструментом разработки веб-сайтов.

Конструкторы сайтов

Выше говорилось о таких вещах, которые нужны, если ресурс создается под серьезные цели, потому что разработка дизайна и его реализация в коде требует немалых знаний, а если их нет, то нужно нанимать людей, которые вам это сделают.

Конструктор позволяет пойти гораздо более простым путем. При работе в такой программе, скорее всего, не понадобится никаких начальных знаний в области сайтостроения, все настройки выполняются в визуальном режиме. Есть возможность выбрать шаблон, и сайт будет смотреться хорошо.

Web – конструкторы – это программы, позволяющие быстро, в автоматизированном режиме создавать сайты пользователям, не обладающими навыками Web-разработки[27].

Некоторые конструкторы являются крупными веб-площадками, где есть возможность зарегистрировать домен, заказать дополнительные услуги и т.д. Примером таких инструментов являются: Wix, Ucoz. Эти площадки работают на собственных движках. А есть просто программы-конструкторы. Например, DreamViewer или полностью визуальный Adobe Muse.

Их называют визуальными или полу визуальными редакторами, где часть кода можно писать сами, а часть генерировать с помощью разных кнопок и настроек. Выглядит это примерно так:

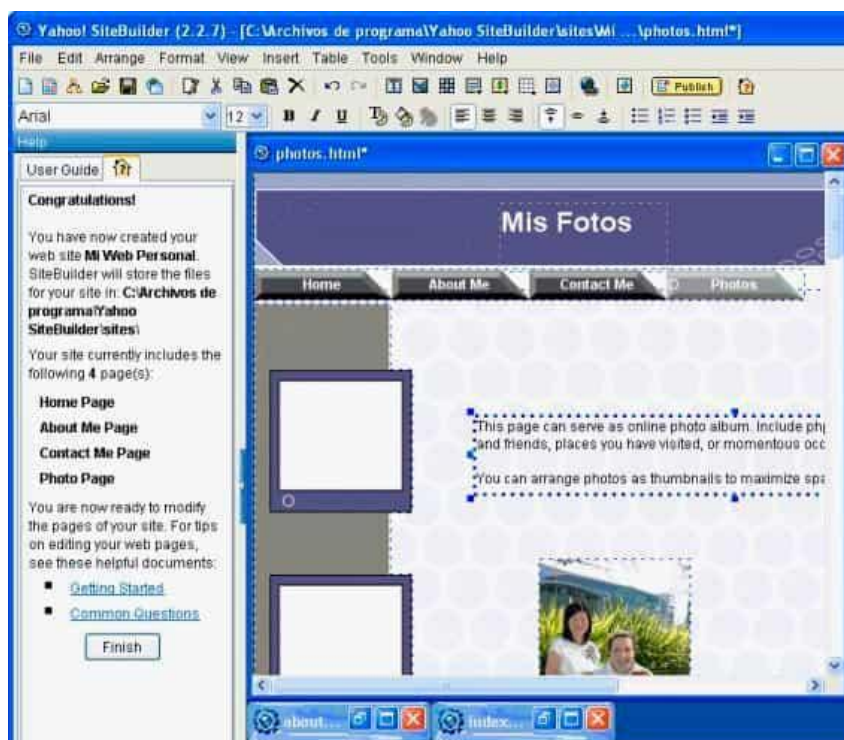


Рисунок8. Пример конструктора сайта.

Отличие от веб-сервисов в том, что в них выполняется хоть какая-то работа, а также в результате получаем лишь файлы будущего сайта, но для реального появления сайта в сети необходимо выполнить операции:

- зарегистрировать доменное имя;
- оплатить место на удаленном сервере;
- разместить нужные файлы.

Веб-конструкторы берут все на себя, максимально упрощая дело. Есть возможность создать сайт полностью бесплатно, но тогда возможности сильно ограничены[20].

Рассмотрим самые популярные инструменты в «веб-конструкторах» сайтов.

UCOZ

uCoz – бесплатная система управления сайтом и хостинг для сайтов, созданных с её использованием, разработанная компанией uKitGroup. Модули uCoz могут использоваться как в единой связке для создания полнофункционального сайта, так и по отдельности, например, в качестве блог-платформы, интернет-магазина и др[6].

Плюсы:

- любой количество сайтов, бесплатно;
- бесплатные образцы дизайнерского оформления;
- чтобы создать простейший сайт, не нужно иметь знания по программированию;
- существуют модули, которые можно подключить (чат, форум, перечень файлов, статей, гостевая книга и так далее);
- можно подключить платежные системы оплаты (Webmoney, QIWI, Яндекс Деньги);
- можно воспользоваться своим доменным именем, сделав его привязку.

Минусы:

- нельзя установить другие программы, которые не рассчитаны для Ucoz;
- удаление сайта платно;
- над файлами сайта у пользователя отсутствует контроль, и невозможно его перенести на другой хостинг;
- хакеры могут взломать сайт;
- нельзя создать поддомен;

- нельзя настроить ЧПУ, а также возникают сложности с SEO-оптимизацией[6].

WordPress

Вордпресс – это система управления контентом, по английски сокращенно CMS. Появился данный продукт в Америке в 2003 году.

Система управления контентом – это программа, которая устанавливается на хостинг, для упрощения администрирования и управления сайтом.

Хостинг – хранилище, на котором располагаются файлы сайта. Тот же компьютер, но подключенный к интернету и работающий 24 часа в сутки[51].

Преимущества:

- удобная панель администрирования;
- удобная структура;
- CMS WordPress – бесплатна;
- хорошо продвигается в поисковых системах (SEO);
- современный и адаптивный дизайн;
- контент (наполнение сайта) и дизайн – независимы друг от друга;
- легко доработать стандартный и нестандартный функционал;
- регулярные и бесплатные обновления системы[1].

Недостатки:

- большая нагрузка;
- слабая безопасность;
- предвзятость поисковых систем;
- большая запутанность;
- неполная документация;
- малая функциональность базового движка[1].

Wix

Wix – один из самых известных и востребованных конструкторов сайтов. На сегодняшний день число его пользователей приближается к 90

миллионам. Площадка работает в открытом режиме с 2008 года. Причина такой популярности – широкие возможности и удобство сервиса.

Wix – это конструктор, позволяющий сделать сайт абсолютно любому человеку без навыков разработчика, а более того, даже помочь в обучении.

Преимущества:

- красивые шаблоны;
- удобный интерфейс;
- свобода действий;
- помощь в оптимизации;
- подсказки и тех. поддержка.

Недостатки:

- дорогие тарифы;
- низкая скорость загрузки;
- нет возможности исправлять или менять код[30].

DreamViewer

Adobe Dreamweaver – это HTML-редактор от компании Adobe, который на сегодняшний день очень известный. Первая его версия была выпущена в 1997 году и на сегодняшний день существует уже 8 его версий.

Этот программный продукт рассчитан на тех, кто плохо, или почти не знает язык HTML. DreamWeaver содержит все, что необходимо как для визуальной компоновки web-страниц, так и для работы с HTML-кодом. Интуитивный интерфейс DreamWeaver прост, даже начинающий дизайнер сможет быстро создать профессиональный Web-сайт. BDreamweaver можно создавать анимации в формате Macromedia Flash, использовать данные из Microsoft Office, легко импортировать rollover-графику, меню и кнопки из Fireworks[33].

Плюсы:

- подсветка кода;
- автоподстановка кода;
- режим кода и режим дизайна;

- проверка кода;
- панель свойств и панель вставки изображений;
- файловый менеджер;
- шаблоны;
- вкладки и связанные файлы.

Минусы:

- запутанный интерфейс;
- непродуманная система обучения;
- погрешности визуального редактора;
- громоздкий динамический код;
- неполный контроль над кодом;
- очень дорого[2**Error! Reference source not found.**].

Adobe Muse

Adobe Muse – компьютерная оффлайн программа для создания сайтов на базе стандарта HTML-5. Подходит для разработки лендингов, портфолио, визиток и небольших магазинов. Является профессиональным инструментом для создания дизайнерских шаблонов[54].

Adobe Muse, программа предназначена для создания сайтов-визиток и посадочных страниц (лендингов).

Adobe Muse CC – это визуальный редактор от известной компании Adobe.

Плюсы:

- программа обладает очень высокой скоростью работы и огромным функционалом;
- в Adobe Muse можно сделать отдельные версии сайтов под планшетные устройства и телефоны. И таким образом охватить еще большее количество пользователей;
- Adobe Muse осуществляет поддержку последних стандартов кода: HTML5 и CSS3. Это значит, что на создаваемых страницах можно

размещать различные интерактивные элементы, такие как анимацию, parallax-эффекты и т.д[54].

- можно скачать и установить программу Adobe Muse бесплатно.

Еще одним преимуществом Adobe Muse является то, что он обладает собственной CMS-системой, таким образом после того, как был загружен сайт в интернет, можно по надобности редактировать содержимое через любой браузер. Для этого вам понадобится только знать логин и пароль вашего хостинга.

Минусы:

- узкая специализация, большие сайты на Muse смогут делать только профи;
- для реализации некоторых элементарных функций потребуется подключение сторонних виджетов и плагинов;
- устаревший набор SEO-настроек;
- ввиду типа системы необходимо покупать хостинг, домен, отсутствие онлайн-панели управления;
- в Muse неудобно обновлять созданные сайты[31].

Google сайм

Google Sites (по-русски «Гугл Сайты») – это бесплатный конструктор и хостинг сайтов, один из многочисленных сервисов поискового гиганта, позволяющий любому пользователю с зарегистрированным Гугл-аккаунтом создать свой небольшой веб-ресурс типа портфолио, визитки, лендинг-странички и т.п[30].

При создании сайта бесплатно получаем домен третьего уровня.

Плюсы:

- простейший интерфейс;
- возможность создания неограниченного количества сайтов;
- бесплатность;
- глубокую интеграцию с другими гугловскими веб-приложениями;
- адаптивность дизайна страниц;

- возможность вставки своего HTML-кода;
- хорошая производительность.

Минусы:

- отсутствие тематических шаблонов;
- малое количество тем оформления страниц;
- слабые возможности по настройке структуры и дизайна;
- отсутствие важных SEO-настроек;
- нет удобных инструментов для администрирования десятков и более страниц;
- нет возможности вывода новостной ленты, списка и сортировки публикаций;
- нельзя редактировать код страниц, а только вставить дополнительно;
- нет встроенной системы комментирования, интеграции с социальными сетями[34].

Локальный сервер

Пожалуй, один из важнейших инструментов, который сильно помогает в создании сайта. Данный инструмент позволяет проверять результаты на разных этапах работы.

HTML и CSS позволяют открыть страницы в браузере. Однако в динамических веб -сайтах используется PHP, а также другие языки программирования, которые браузер не может интерпретировать (так как PHP- скрипт выполняется на сервере).

В таком случае нужно необходимо найти удаленный сервер, либо создать локальный на своем персональном компьютере. Преимущество второго варианта – простота и удобство, а также ни кто не увидит результат экспериментов, так как локальный сервер виден только разработчику.

Наиболее популярные серверы для Windows – это OpenServer и Denwer. Они позволяют открывать PHP – файлы, оценивать результаты работы и устанавливать любые CMS: Modx, Opencart, Joomla, WordPress и пр. А значит,

есть возможность практически неограниченных возможностей для экспериментирования.

Движки (CMS)

CMS – («Content Management Software» или «Content Management System») – система управления контентом[57].

CSM по другому «движки» также относятся в инструментам для разработки сайта. Причем чаще всего они бесплатные.

С помощью движков можно получить красивый сайт. Для WordPress очень много бесплатных шаблонов, но в любом случае такую тему все равно придется переделывать, если нужен полностью уникальный дизайн.

На основании вышеизложенных фактов, можно сделать вывод, что наиболее оптимальным инструментом для разработки сайта предприятия является онлайн конструктор сайтов Wix. Wix.com – международная облачная платформа для создания и развития интернет-проектов, которая позволяет строить профессиональные сайты и их мобильные версии на HTML5. Расширять функциональность сайтов можно за счет приложений, разработанных Wix или сторонними компаниями. Например, добавлять плагины социальных сетей, инструменты для онлайн-торговли и электронных рассылок, контактные формы, блоги и др. Wix работает по бизнес-модели freemium, предлагая возможность создавать сайты бесплатно и развивать их, приобретая полезные улучшения.

ВЫВОДЫ ПО ГЛАВЕ 1

Подводя итог теоретической части нашего исследования, можно сформулировать несколько обобщающих выводов:

– в первой части нашего исследования мы подробно изучили методы продвижения товаров и услуг населению; нами были проанализированы различные авторские подходы к определению понятия «Продвижение товара»;

– во второй части работы мы рассмотрели классификацию сайтов для продвижения товаров услуг населению, описали различные виды сайтов, выделили наиболее подходящий для нашего дипломного проекта вид сайта;

– третья часть исследования посвящена анализу существующих инструментов разработки; мы рассмотрели несколько способов разработки сайтов, а также описали более подробно самые популярные веб-конструкторы, выделив самый оптимальный инструмент для разработки дипломного проекта.

Таким образом, можно сделать вывод, что теоретическая часть исследования содержит необходимые сведения о степени разработанности изучаемой проблемы, а именно обоснование актуальности, описание ключевых понятий. Вышесказанное также свидетельствует о достижении первых трех задач исследования.

Глава 2. РАЗРАБОТКА САЙТА ПРЕДПРИЯТИЯ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ И УСЛУГ НАСЕЛЕНИЮ

2.1. Структура сайта предприятия

Для того что бы разработать структуру сайта «Все краски жизни», рассмотрим уже имеющиеся сайты по данной тематике.

На рисунке 9 представлен скриншот сайта Ольги Курбан, проанализировав данный сайт можно сделать вывод, что он имеет структуру сайта – линейная с ответвлениями, тип сайта - корпоративный.

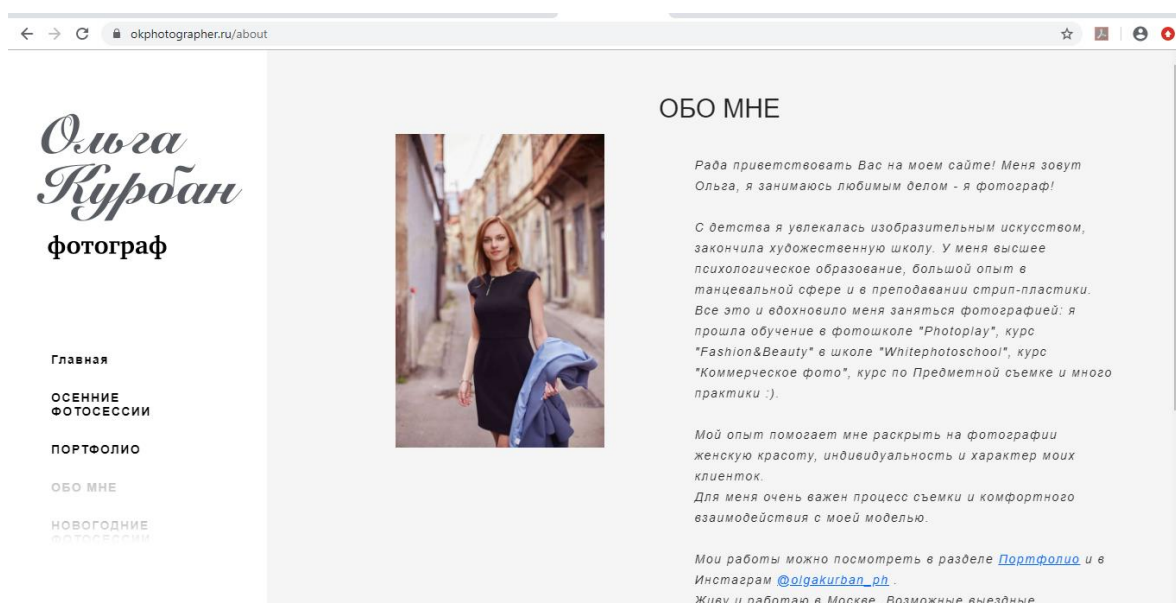


Рисунок 9. Скриншот сайта Ольги Курбан.

Если представить в виде схемы данный ресурс, то будет он выглядеть, как представлено на рисунке 10.

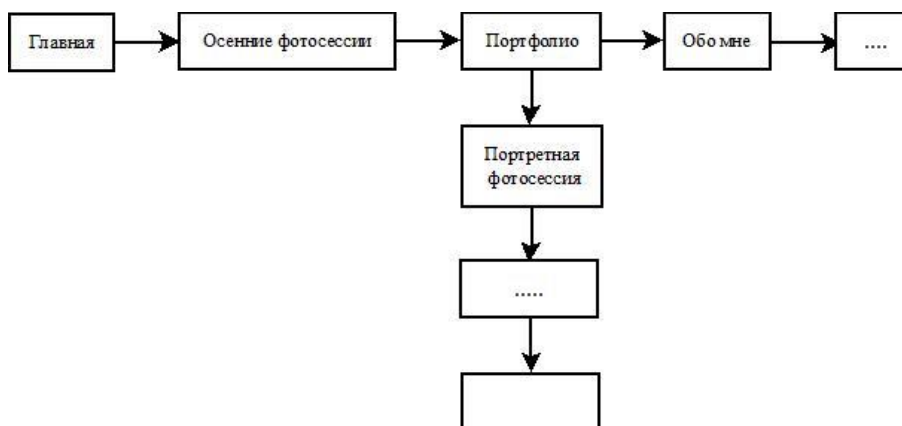


Рисунок 10. Схема структуры сайта фотографа Ольги Курбан.

В целом данный сайт содержит всю необходимую информацию для посетителей. Можно посмотреть портфолио работ фотографа, ознакомиться с ценами за различные типы фотосессий. также указаны контакты как можно связаться с мастером.

Рассмотрим еще один персональный сайт фотографа Алексея Вертолетова. На рисунке 11 представлен снимок сайта. Проанализировав данный ресурс, можно сделать вывод, что структура сайта линейная, тип сайта - корпоративный.

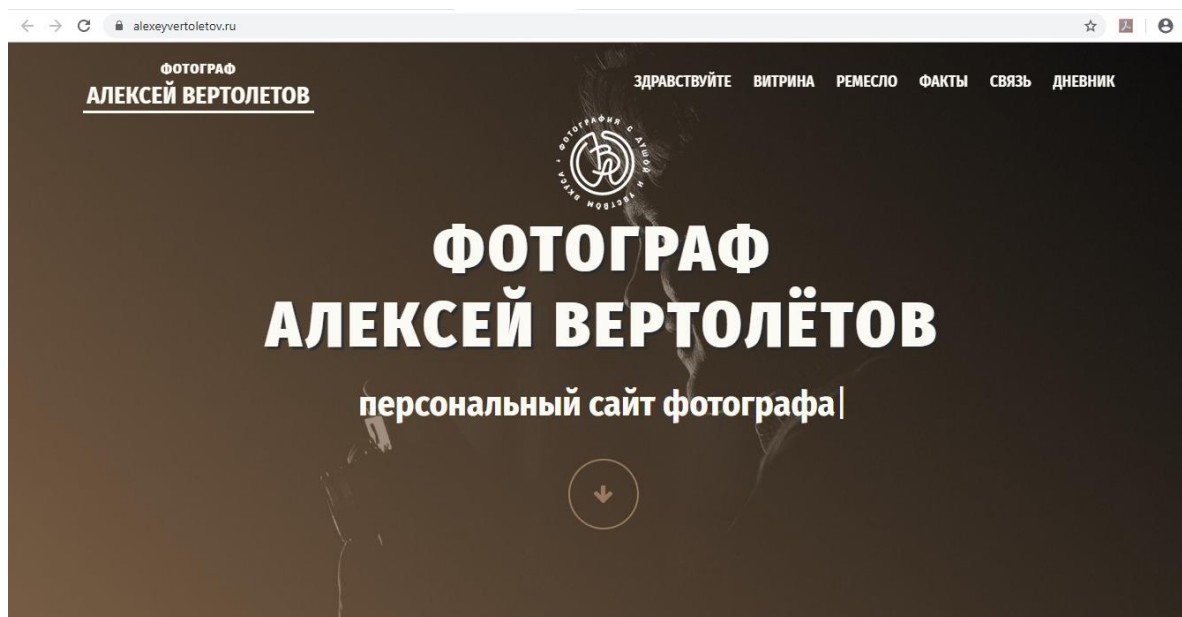


Рисунок 11. Скриншот сайта фотографа Алексея Вертолетова.

Структура сайта не совсем в представленном примере удачная, так как не всегда понятно, за что отвечает тот или иной пункт меню.

Сайт фотографа Света Чиж, имеет линейную структуру сайта, тип - LandingPage. Работать с подобным ресурсом не совсем удобно, для того что бы получить необходимую информацию приходится просматривать всю информацию. Нет важного пункта знакомство с фотографом, что играет важную составляющую при продвижении услуг фотографа. На рисунке 12 представлен скриншот сайта Света Чиж.

На основании выше изложенного делаем вывод, что линейная с ответвлением структура сайта, самая оптимальная для персонального сайта фотографа, в данной структуре нет ни чего лишнего и вполне реально

организовать сайт портфолио, так как главная цель это познакомить пользователей с работами фотографа и продать его услуги.

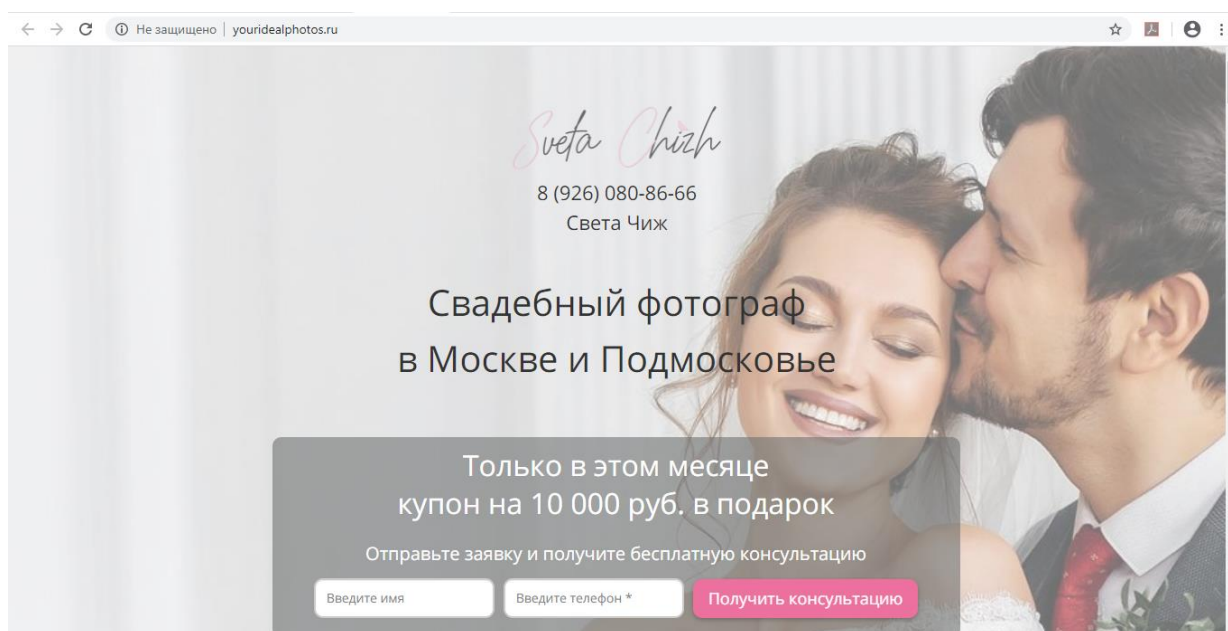


Рисунок 12. Скриншот сайта фотографа Света Чиж.

Структура персонального сайта «Все краски жизни» фотографа Лотовой Галины.

Главная

Главная страница будет отвечать за общее представление обо всем самом важном.

Можно размещать различные акции, информации о конкурсах, которые позволят продвигать услуги фотографа.

О себе

Страница сайта «О себе», будет знакомить клиентов сайта с фотографом как с человеком. Так как при получении такой услуги как фотосессия, для клиента важно с кем он будет в этот момент сотрудничать, что бы, не было психологического дискомфорта.

Портфолио

На странице «Портфолио» будет показано, в каких направлениях работает фотограф, например, свадебные съемки, семейные, детские. И клиент сможет в пару кликов посмотреть то, что ему нужно именно сейчас. Будут размещены лучшие снимки для каждого раздела портфолио. Если

получится передать эмоции, то клиент обязательно придет за фотосессией к фотографу.

Направления, с которыми работает фотограф:

- lovestory;
- съемки беременных;
- выпускные;
- детские съемки;
- индивидуальные съемки;
- репортажные съемки;
- свадебные съемки;
- семейные съемки;
- съемки друзей.

Прайс

Иногда клиенты не решаются задать вопросы в соцсетях, думая, что фотограф им не по карману. Решить эту проблему поможет отдельная страница на сайте с описанием цен и того, что входит в эту стоимость. И тогда клиент, заглянув на сайт, сразу поймет, подходят ему условия или нет. Вся важная информацию в одном месте — условия работы, цены.

Контакты

Страница контакты содержит в себе всю необходимую информацию для того что б связаться с фотографом. Можно заполнить форму для обратной связи используя виджет «Форма» с полями Имя, Email, Тема, Сообщение. В настройках формы указан адрес электронной почты, на который будут приходить заявки с сайта. Номер телефона для прямого звонка фотографу и ссылки на социальные сети для написания письма.

В виде схемы данная структура сайта будет выглядеть, как представлено на рисунке 13.

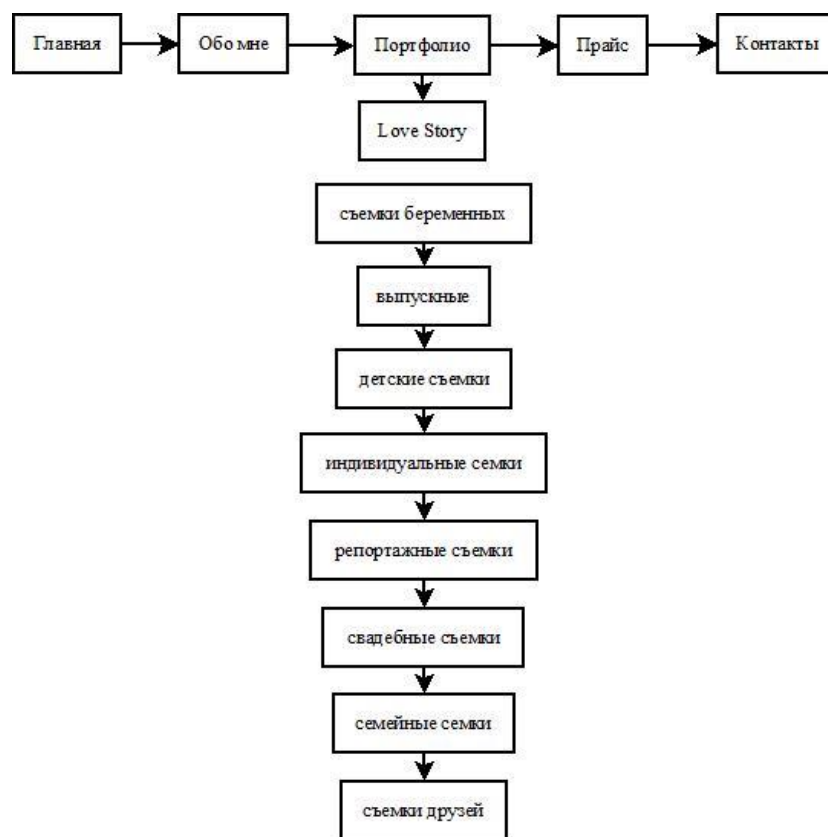


Рисунок 13. Схема структуры сайта «Все краски жизни».

Более, детальная структура сайта представлена в виде ментальной карты, разработанной в онлайн сервисе mindmeister, которая изображена на рисунке 14.

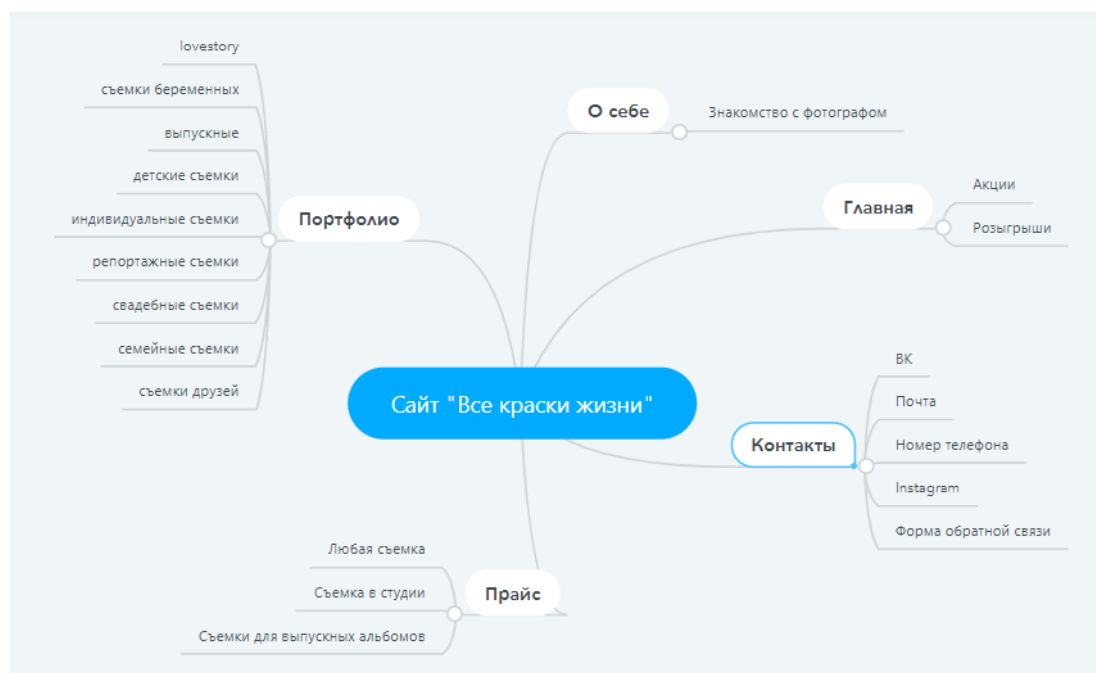


Рисунок 14 . Ментальная карта сайта «Все краски жизни».

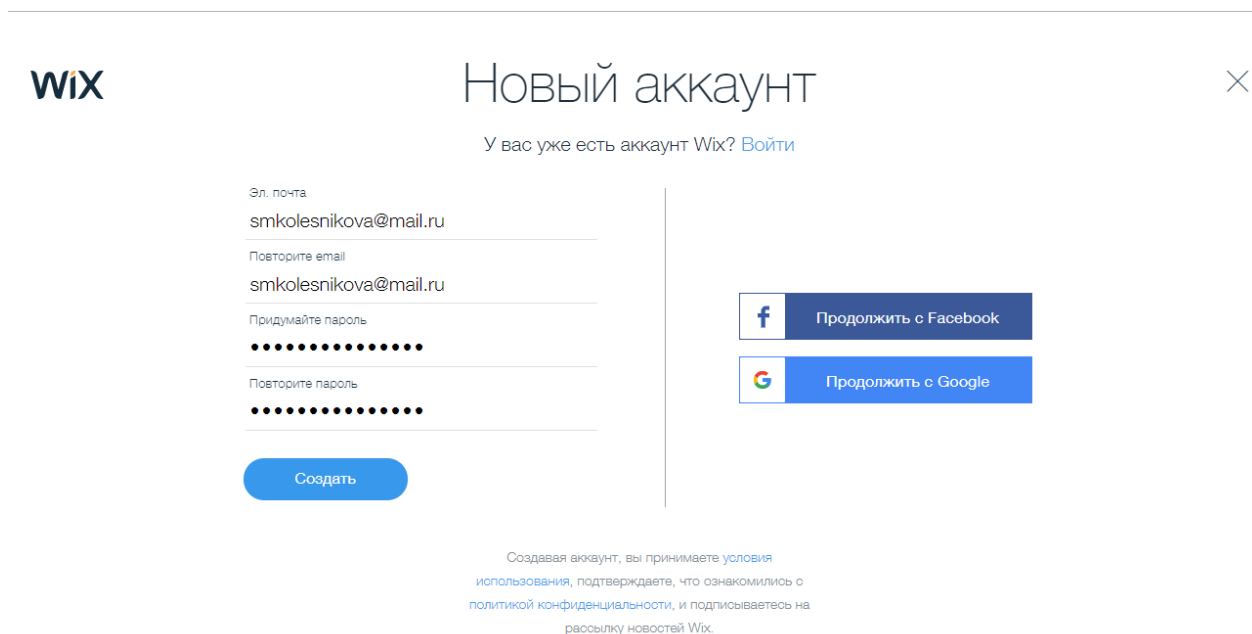
Сайт с продуманной структурой будет удобен для пользователей, потому что на нем легко ориентироваться. Такой сайт легко развивать, так как в хорошо построенную структуру удобно добавлять новые элементы.

2.2. Разработка сайта предприятия

В данном параграфе рассмотрим непосредственно процесс описания разработки сайта «Все краски жизни» для продвижения товаров и услуг населению.

Этапы разработки сайта «Все краски жизни».

В первую очередь необходима регистрация на сайте Wix.com



The screenshot displays the Wix.com registration interface. At the top left is the Wix logo, and at the top right is a close button (X). The main heading is 'Новый аккаунт' (New Account). Below it, a link asks if the user already has a Wix account, with a 'Войти' (Login) link. The registration form on the left includes fields for 'Эл. почта' (Email) with the value 'smkolesnikova@mail.ru', 'Повторите email' (Repeat email) with the same value, 'Придумайте пароль' (Create password) with masked dots, and 'Повторите пароль' (Repeat password) also with masked dots. A blue 'Создать' (Create) button is at the bottom of the form. To the right of the form are two social login buttons: 'Продолжить с Facebook' (Continue with Facebook) and 'Продолжить с Google' (Continue with Google). At the bottom, a small disclaimer states: 'Создавая аккаунт, вы принимаете условия использования, подтверждаете, что ознакомились с политикой конфиденциальности, и подписываетесь на рассылку новостей Wix.'

Рисунок 15. Регистрация на Wix.com.

После регистрации выплывает окно вопросов, где отвечая на них, сервис подбирает подходящие шаблоны для разработки предстоящего сайта.

Из предложенных вариантов выбираем наиболее подходящий шаблон нашего будущего сайта «Все краски жизни».

Из всего перечня были рассмотрены те шаблоны, которые направлены на несколько видов фотосессий и являются портфолио работ. Так как в нашем случае для продвижения услуг фотографа, необходимо познакомить потенциальных клиентов с его работами и дать полную и структурированную информацию о фотографе и услугах.

Шаблон, который мы будем редактировать в процессе разработки сайта «Все краски жизни» представлен на рисунке 16.

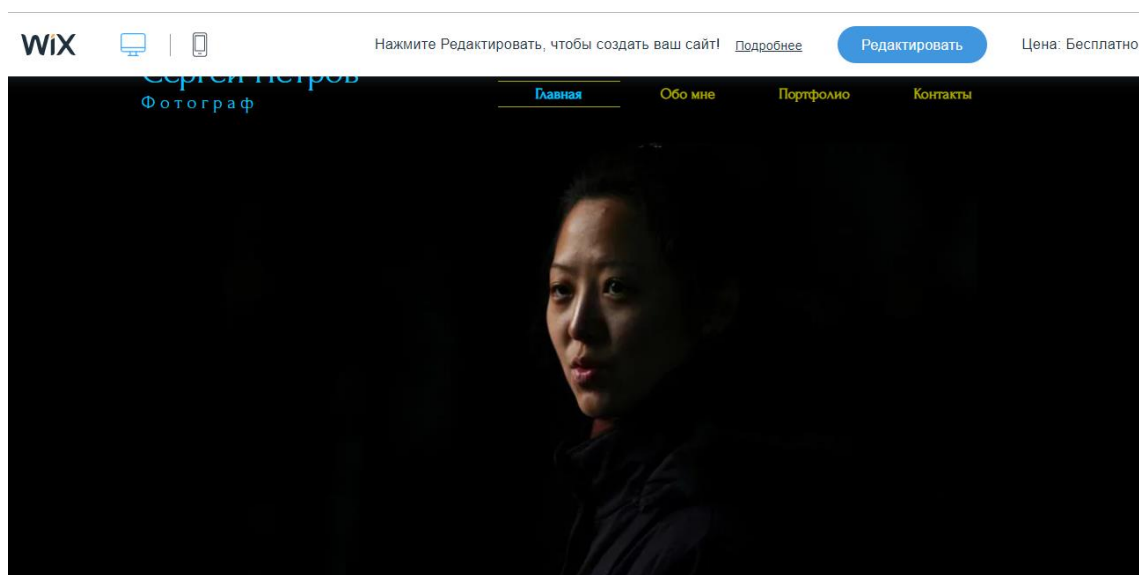


Рисунок 16. Скриншот шаблона портфолио работ.

Следующим шагом было заполнение нашего меню и определение страниц. Для этого использовали панель инструментов «Меню и страницы».

Определение меню и страниц сайта.

Выбрав на панели инструментов «Меню и страницы», открывается дополнительная панель редактирования меню сайта, где можно изменить название уже существующих страниц, а также добавить дополнительные. Любую страницу можно перевести в субстраницу и обратно. На рисунке 17 представлено готовое меню сайта фотографа «Все краски жизни».

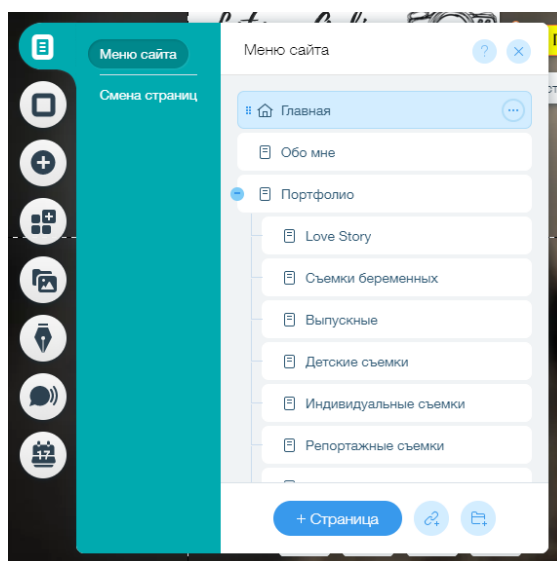


Рисунок 17. Меню сайта «Все краски жизни».

Фон сайта «Все краски жизни».

По желанию заказчика, на фоне должно присутствовать изображение фотоаппарата Nikon, а также фон должен быть темных тонов. На рисунке 18 представлено фото для фона сайта «Все краски жизни».



Рисунок 18. Будущий фон сайта «Все краски жизни».

Серый цвет в дизайне сайта.

Эмоции и ассоциации: нейтральность, формальность, меланхолия.

Несмотря на то, что в некоторых ситуациях серый может создавать мрачную и грустную атмосферу, он всё же часто используется профессиональными дизайнерами.

Всё дело в оттенках: чередуя их, можно получить все эмоции, вызываемые как чёрным цветом, так и белым. В сочетании с более яркими цветами в дизайне серый фон кажется современным, а не мрачным.

Фото для фона сайта настраивалось через панель инструментов с помощью пункта меню «Фото». В дополнительной панели настройки фона сайта выставили следующие параметры: Настройки фото:

- эффекты прокрутки: параллакс;
- расположение: заполнить;
- позиция: посередине.

Выбираем дополнительно, на каких страницах сайта будет присутствовать данный фон.

Следующим шагом была настройка хедера страниц.

Header (шапка сайта) – верхняя область на сайте, предназначена для облегчения навигации по странице, первый элемент, который привлекает внимание пользователя. С помощью хедера посетитель сайта понимает, где находится, как перейти в следующий раздел и найти нужную информацию. В интернет-магазинах в шапке сайта находится один из главных элементов – форма для оформления заказа, вход в личный кабинет и корзина[34].

В шапку сайта помещаем следующие разделы:

- меню: разделы сайта;
- контакты компании;
- отличительный знак компании: логотип;
- ссылки на группы в социальных сетях.

Меню: разделы сайта.

Панель навигации является важной частью дизайна, которая помогает пользователям перейти в нужные разделы сайта.

Горизонтальное меню используется сайтами с несколькими разделами и макетом из одного столбца. Обычно оно размещается выше или ниже заголовка.

Логотип компании лучше размещать в центре или левом верхнем углу, а контактные данные и кнопку для обратной связи – в правом. Это существенно облегчает ориентирование, так как данный прием уже устоявшееся правило[5].

Разрабатывая шапку сайта, необходимы элементы призыва к действию «связаться», и связанную с ней веб-форму для заполнения данных.

Шапка сайта – первое, на что обращает внимание пользователь, она является визитной карточкой всего сайта, помогает клиенту ориентироваться на сайте, искать нужную информацию и совершать целевые действия.

На рисунке 19 представлен скриншот хедера страницы сайта «Все краски жизни». Данная шапка сайта автоматически будет отображаться на всех страницах.

Следующим этапом разработки сайта «Все краски жизни» настраивали футер.



Рисунок 19. Скриншот шапки сайта «Все краски жизни».

Футер сайта (другое название – подвал) – это сквозной структурный элемент, расположенный в нижней части страниц. Используется в основном как блок дополнительной информации[35].

В футере сайта размещают дополнительные контактные данные, подписке на рассылку, а также просмотрев очередную страницу, пользователь может не возвращать к шапке сайта, а найти нужную информацию в футере. Часто в футере размещают сведения о компании, документы и сертификаты, политику конфиденциальности и прочее.

Если пользователь долистал страницу до конца, это говорит о его заинтересованности в предложении. Поэтому футер – полезный инструмент для дальнейшего направления клиента.

В футере сайта «Все краски жизни» размещена информация об организации:

- контактная информация;
- ссылки на социальные сети;
- кнопка поделиться в контакте.

На рисунке 20 представлен скриншот футера сайта «Все краски жизни»

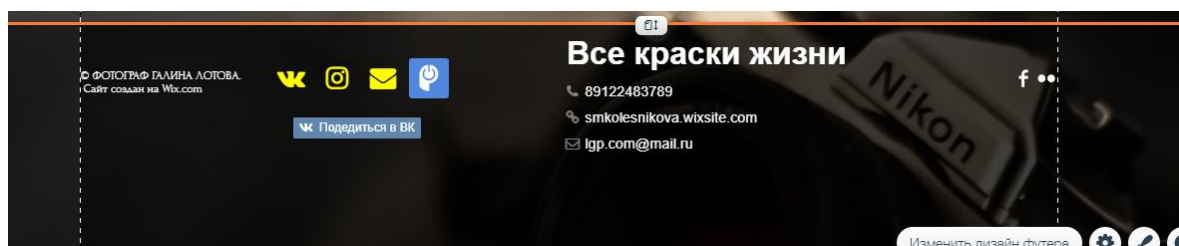


Рисунок 20. Скриншот футера сайта «Все краски жизни».

Далее настраивали и заполняли контентом все страницы сайта «Все краски жизни».

Настройка главной страницы сайта.

Главная страница знакомит посетителей с возможными акциями, предложенными фотографам.

Настройка страницы «Обо мне»

Данная страница знакомит потенциальных заказчиков с фотографом.

На рисунке 21 представлен скриншот страницы сайта «Все краски жизни».

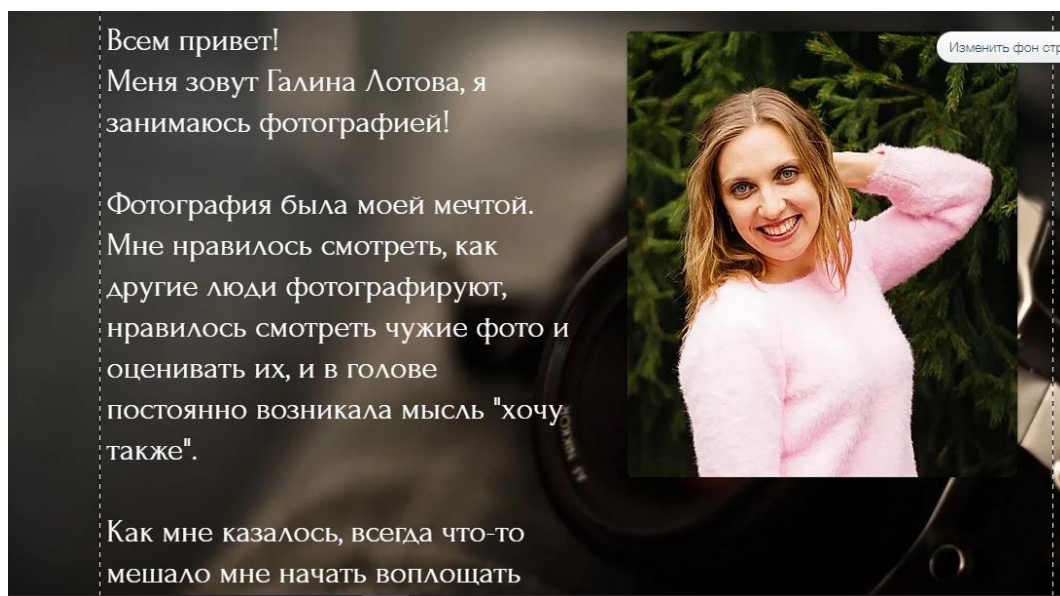


Рисунок 21. Скриншот страницы «Обо мне» сайта «Все краски жизни».

Настройка страницы «Портфолио работ».

Портфолио работ разделяется на подразделы, в которые можно попасть через меню и непосредственно через страницу портфолио. Страница портфолио содержит паттерн.

Паттерн (от англ. pattern – шаблон) в дизайне выглядит, как набор повторяющихся в определенном порядке элементов, которые вместе составляют уникальный узор. В отличие от мелких текстур, паттерны являются цельными деталями, причем в их роли могут выступать любые предметы: от волн, снежинок, животных и растений до буквенно-цифровых комбинаций, предметов или абстрактных орнаментов[36].

На нашем сайте паттерн служит в качестве списка с фотографиями. Добавляя деталь на один элемент, он автоматически добавляется на следующий элемент станицы, что упрощает редактирование дополнительных ссылок на страницы сайта. На рисунке 22 представлен скриншот паттера страницы «Портфолио».

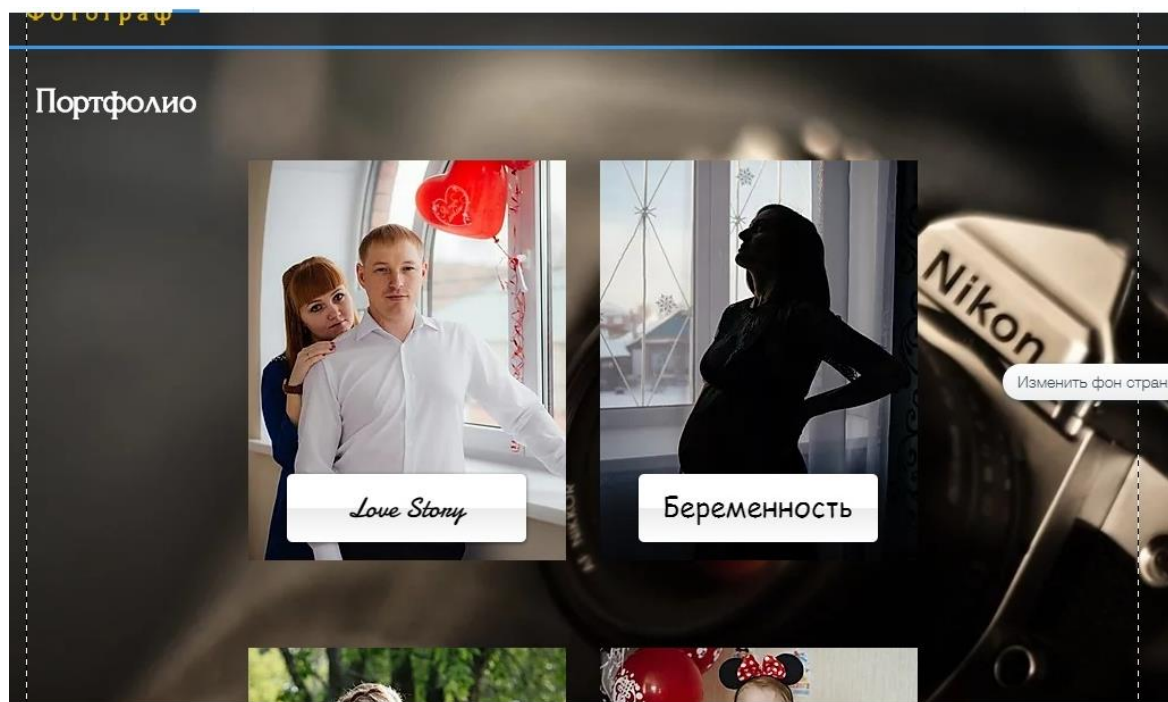


Рисунок 22. Паттер страницы «Портфолио».

Настройка подразделов портфолио.

Так как главная цель данных подразделов в знакомстве посетителей с работами фотографа, то на каждой странице расположен слайдер с фотографиями, перелистывающийся автоматически. Каждый подраздел наполнен фотографиями по смыслу подраздела.

Настройка страницы «Прайс»

В разделе страницы «Прайс» опубликована информации о стоимости предоставляемых услуг фотографа, с дополнительной ссылкой на страницу контакты, для заказа фотосессии. На рисунке 23 представлен скриншот страницы «Прайс» сайта «Все краски жизни».

Настройка прайса организована при помощи паттерна.

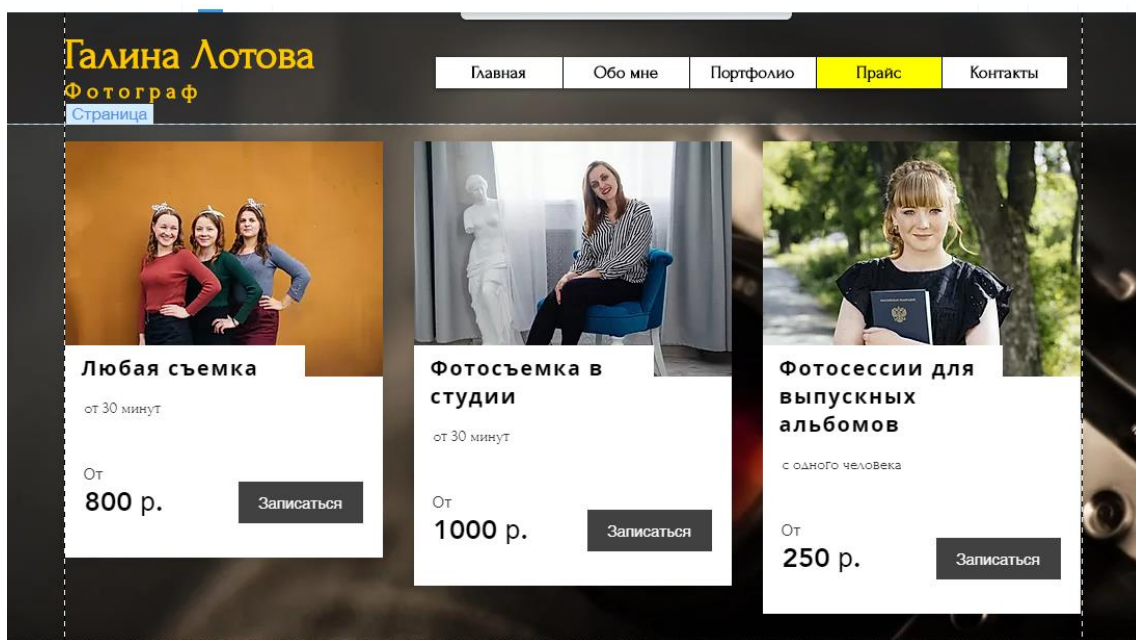


Рисунок 23. Скриншот страницы «Прайс».

Настройка страницы «Контакты».

Страница «Контакты» на сайте – это конец пути пользователя по ресурсу. Сюда он приходит уже после того, как ознакомился с предложением и принял решение о заказе фотографа.

На данной странице пользователь найдет информацию, каким образом связаться с фотографом.

На странице размещена контактная информация, а также добавлена форма для обратной связи. На рисунке 24 представлен скриншот страницы «Контакты».

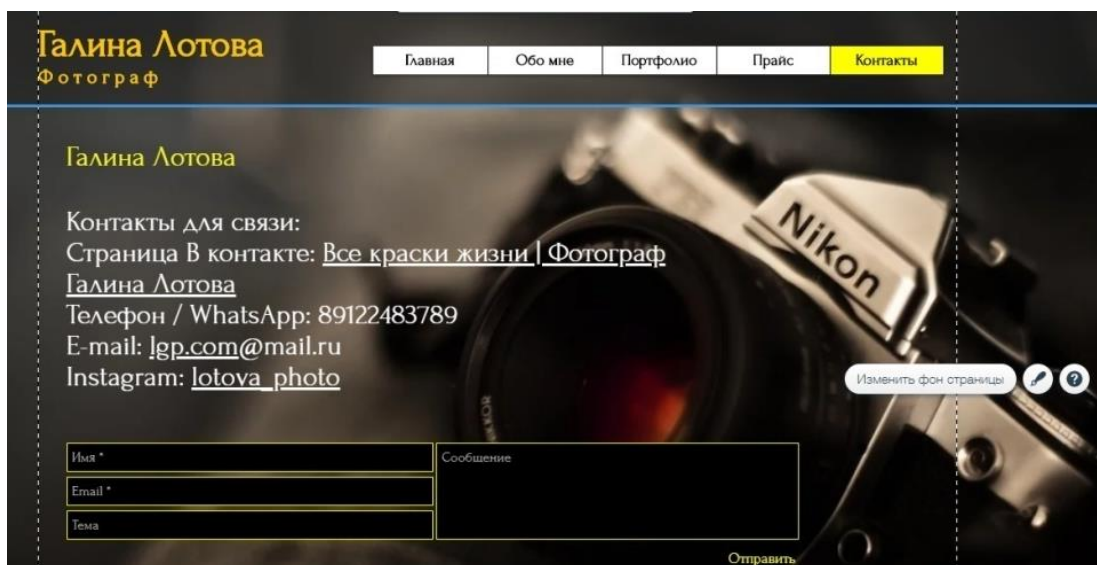


Рисунок 24. Скриншот страницы «Контакты».

Данные настройки были произведены для сайта, просмотр которого осуществляется с компьютера.

С появлением смартфонов и планшетов всё больше покупателей ищет товары и услуги в интернете именно с помощью этих устройств, а не со стационарных компьютеров или ноутбуков. Это очень удобно. Где бы ни находился покупатель, он может осуществлять поиск прямо со своего мобильного, и не нужно включать компьютер.

Около 20% трафика в Рунете приходится на мобильные операционные системы. И этот показатель продолжает набирать обороты. Это заставляет адаптировать сайт под мобильный трафик.

Адаптивный дизайн под различные разрешения экранов электронных гаджетов давно стал современным стандартом при разработке сайтов.

У Wix.com есть специальный редактор мобильной версии. Перейдя на него он уже показывает вариант адаптивной мобильной версии сайта «Все краски жизни». Необходимо только немного подредактировать под себя каждую из страниц. Так как размещение объектов изменилось, добавили для удобства мобильный инструмент «кнопка вверх», благодаря данной кнопке посетитель в любой момент может подняться в начало страницы всего лишь одним кликом. В приложении 1 представлены скриншоты страниц сайта «Все краски жизни» из мобильной версии.

После завершения настройки и заполнения страниц сайта «Все краски жизни» следующим этапом осуществили настройку SEO.

SEO – это сокращение от «Search Engine Optimization», что переводится как «поисковая оптимизация»[60].

Для каждой страницы была проведена поисковая оптимизация с помощью «SEO мастера».

Изначально были заполнены следующие пункты:

- заголовок страницы для поисковиков и вкладок браузера;
- о чем страница? Описание.

Далее для каждой картинки и фотографии страниц сайта прописан Alt – текст, который сообщает поисковикам, что изображено на странице.

Сайт и его дальнейшее продвижение передается в права заказчика Лотовой Галине Петровне.

На момент передачи сайта его адрес:

<https://smkolesnikova.wixsite.com/fotokam>

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Подводя итог исследования, посвященного направлению использования сайта предприятия с целью продвижения товаров и услуг, мы можем сформулировать несколько обобщающих выводов:

- в теоретической части нашего исследования обоснована актуальность, описаны ключевые понятия, проанализированы возможные инструменты решения рассматриваемой проблемы, в целом теоретическая часть представлена необходимыми сведениями о степени разработанности изучаемой проблемы;
- практическая часть исследования представлена разработанным сайтом «Все краски жизни» фотографа Лотовой Галины, который соответствует всем требованиям, предъявляемыми к данному виду ресурсов;
- практическая часть исследования также содержит описание этапов разработки сайта.

Вышесказанное свидетельствует о достижении поставленных нами задач. Использование разработанного программного продукта упрощает процессы продвижения предоставляемых услуг. Так как прежде чем заказать услугу фотографа, клиент изучает его портфолио, а благодаря сайту можно не только изучить работы фотографа, а также связаться с ним с помощью формы обратная связь, либо использовать контактные данные, на выбор посетителей сайта «Все краски жизни».

Сайт в поисковиках не отображается, так как требуется время на индексацию.

Страницы сайта протестированы, все ссылки, кнопки работают. Со стороны заказчика замечаний нет.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. 10 главных преимуществ и 8 недостатков WordPress. Правда о Вордпресс // Интернет-агентство IMG Санкт-Петербург URL: <https://img-it.ru/10-glavnyh-preimushhestv-i-8-nedostatkov-wordpress-pravda-o-vordpress/> (дата обращения: 19.01.2020).
2. 10 плюсов и 10 минусов программы Adobe Dreamweaver // Личный блог Евгения Попова URL: <https://evgeniypopov.com/blog/10-plyusov-i-10-minusov-programmyi-adobe-dreamweaver.html> (дата обращения: 01.12.2019).
3. 15 инструментов для создания сайта «с нуля» // blog.imena.ua: интернет-изд. 22.07.2016 URL: <https://www.imena.ua/blog/website-tools/> (дата обращения: 01.12.2019).
4. 8 эффективных способов продвижения услуг в интернете // Национальная Единая Риэлтерская сеть. - 2016. - 2 декабря. URL: <https://news.ners.ru/8-effektivnyh-sposobov-prodvizheniya-uslug-v-internete.html> (дата обращения 05.11.2019).
5. HEADER И FOOTER: основные принципы создания шапки и подвала сайта. URL: <https://idbi.ru/blogs/blog/header-i-footer-sayta> (дата обращения 25.12.2019).
6. uCoz // Свободная энциклопедия: [сайт]. - 2016. - 27 сентября. - URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/UCoz> (дата обращения 20.12.2019).
7. Ашматов, И. Оптимизация и продвижение в поисковых системах / И. Ашматов. 4-е изд.- СПб.: Питер, 2019. – 512 с.: ил. – (Серия «IT для бизнеса»).
8. Барысов, Р. Постройте профессиональный сайт сами / Р. Барысов – СПб., 2009. - 80 с. Босова, Л.Л. Информатика 9 класс/ Л. Л. Босова, А.Ю.Босова.-М.: Бином. Лаборатория знаний, 2017.-208 с.: ил.
9. Васильев И. А., Понятие портала и классификация порталов / И. А. Васильев // Искусство в IT-технологиях: [сайт]. - . -

URL:<http://wiasite.com/kak-sdelat-sayt/111-ponyatie-portala-klassifikatsiya.html>
(дата обращения 15.12.2019).

10. Введение в JavaScript: [сайт]. - 2019. - 23 октября. - URL: <https://learn.javascript.ru/intro> (дата обращения 27.11.2019).

11. Веб-разработка // Свободная энциклопедия: [сайт]. - 2018. - 4 февраля. - URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D0%B5%D0%B1%D1%80%D0%B0%D0%B7%D1%80%D0%B0%D0%B1%D0%BE%D1%82%D0%BA%D0%B0> (дата обращения 01.11.2019).

12. Веб-страница // Свободная энциклопедия: [сайт]. - 2018. - 25 августа. - URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D0%B5%D0%B1%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D0%B8%D1%86%D0%B0> (дата обращения 15.12.2019).

13. Воронов, В. И. Концепция маркетинга / В. И. Воронов // Центр управления финансами. - . - URL:<https://center-yf.ru/data/Marketologu/Koncepcii-marketinga.php> (дата обращения 12.11.2019).

14. Вязанкин, П. 8 эффективных способов продвижения услуг в интернете // П. Вязанкин // Executive.ru: [сайт]. - 2016. - 30 ноября.- URL: <https://www.e-executive.ru/management/marketing/1985948-8-effektivnyh-sposobov-prodvizheniya-uslug-v-internete?scrolltop=2650> (дата обращения 21.12.2019).

15. Гохберг, Г. С. Информационные технологии: учебник для СПО/ Г.С. Гохберг и др.. – 8-е изд., стер. – Москва: Академия, 2013. – 208с.

16. Дакеттпер, Д. HTML и CSS. Разработка и дизайн веб-сайтов / Д. Дакеттпер; пер. с англ. М.А. Райтман. - М. : Эксмо, 2013. – 480 с.: ил.+1 CD.

17. Доменное имя // Свободная энциклопедия: [сайт]. - 2019. - 22 ноября. - URL:https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D0%BE%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D0%B5_%D0%B8%D0%BC%D1%8F (дата обращения 25.11.2019).

18. Дубровина, Д.А. Практическая психология образования/Под ред. П69 И. В. Дубровиной: Учебник для студентов высших и средних специальных учебных заведений.— М.: а Н. И., Данилова Е. Е., Дубровина И. В., Зацепин В. Х 4-е изд., перераб. и доп. – СПб.: 2004 – 592 с.
19. Зачем нужен сайт: 8 причин создать его +10 способов заработка// Онлайн курсы.- 2018. - 7 января. - URL: <https://ifish2.ru/zachem-nuzhen-sajt/> (дата обращения 26.11.2019).
20. Инструменты для создания сайтов // WebFormMySelf все о создании сайта. - 2016. - 28 апреля. - URL: <https://webformmyself.com/instrumenty-dlya-sozdaniya-sajtov/> (дата обращения 27.11.2019).
21. Как правильно заполнить SEO-настройки сайта // Конструктор сайтов. - . - URL: https://nethouse.ru/about/instructions/zapolnit_seo_nastrojki (дата обращения 15.01. 2020).
22. Как структура сайта влияет на продвижение // Медиа Нетологии. - 2018. - URL: <https://netology.ru/blog/site-structure-and-promotion> (дата обращения 8.12.2019).
23. Какие виды сайтов существуют? Классификация веб-сайтов по назначению // Агентство интернет маркетинга. - . - URL:<https://web69.ru/tipy-vidy-web-saitov.html> (дата обращения 03.11.2019).
24. Концепция // Большая советская энциклопедия. - . - URL:<http://bse.sci-lib.com/article064302.html> (дата обращения 10.11.2019).
25. Маркетинговый словарь: [сайт]. - . - URL: https://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_p/prodvizhenie_promotion/ (дата обращения 30.11.2019).
26. Методы продвижения услуг // Онлайн справочник. - . - URL: https://yandex.ru/turbo?text=https%3A%2F%2Fspravochnik.ru%2Fmarketing%2Fprodvizhenie_produkcii_marketingovye_kommunikacii%2Fmetody_prodvizheniya_uslug%2F (дата обращения 25.12.2019).

27. Михеева, Е.В. Информатика: учебник для СПО / Е. В. Михеева, О. И. Титова. – 3-е изд., стер. – Москва: Академия, 2016. – 352 с.
28. Мозаловская, А. Инструменты и методы разработки веб-сайтов / А. Мозаловская // Программирование, компьютеры и кибернетика. - 2013. - 23 мая. - URL: https://revolution.allbest.ru/programming/00262273_0.html (дата обращения 19.11.2019).
29. Необходимый набор инструментов для создания сайта – то, без чего не обойтись // Нищенко. ру: [сайт]. - 2016. - 6 мая. - URL: <https://nischenko.ru/polezno-pochitat/neobxodimyj-nabor-instrumentov-dlya-sozdaniya-sity.html> (дата обращения 19.11.2019).
30. Обзор WIX, все преимущества и недостатки платформы вика, а также секреты конструктора // WIX, обзор конструктора. - . - URL: <https://dosite24.ru/obzor-konstruktora-wix/> (дата обращения 19.11.2019).
31. Обзор и отзывы о конструкторе сайтов AdobeMuse // Простой инфо. Бизнес. - . - URL: https://aleksandrbaikin.ru/site_building/adobe-muse-plyusy-i-minusy.html (дата обращения 12.12.2019).
32. Обзор и отзывы о конструкторе сайтов AdobeMuse// uguide.ru: [сайт]. - 2019. - 26 сентября. - URL: <https://uguide.ru/konstruktor-sajtov-adobe-muse-obzor-otzyvy-primery-sajtov> (дата обращения 12.12.2019).
33. Обзор и сравнительный анализ HTML-редакторов// StudBooks.net: [сайт]. - . - URL: https://studbooks.net/2241733/informatika/obzor_sravnitelnyy_analiz_html_redaktorov (дата обращения 22.12.2019).
34. Обзор конструктора сайтов GoogleSites// uguide.ru: [сайт]. - 2019. - 9 апреля. - URL: <https://uguide.ru/konstruktor-sajtov-google-sites-obzor-otzyvy-primery-sajtov> (дата обращения 23.12.2019).
35. Обзор лучшего конструктора для сайтов Wix // Интернет технологии.ру: [сайт]. - . - URL: <https://www.internet-technologies.ru/review-website-builder-wix.html> (дата обращения 6.12.2019).

36. Основные методы продвижения товара на рынок: [сайт]. - Москва. - . - URL: <https://practicum-group.com/blogs/metody-prodvizheniya-tovara-na-rynok/> (дата обращения 6.11.2019).
37. Основы CSS. // HTML5book.ru: [сайт]. - 2020. - 2 января. - URL: <https://html5book.ru/osnovy-css> (дата обращения 20.01.2020).
38. Печников, В.Н. Самоучитель Web-страниц и Web-сайтов / В.Н. Печников – М.: Триумф, 2006. - 70 с.
39. Понятие продвижения товаров, его формы // Файловый архив студентов. - . - URL: <https://studfile.net/preview/5710996/page:20/> (дата обращения 07.12.2019).
40. Правильная структура сайта, пример в виде схемы // yrokiwp.ru: [сайт]. - 2016. - 27 октября. - URL: <https://yrokiwp.ru/seo/vnutrennjaja-optimizacija-sajta/struktura-sajta-primer-hema/> (дата обращения 17.01.2020).
41. Преимущества и недостатки WordPress: [сайт]. - . - URL: http://zarabotokwmz.ru/sozдание_sajta/plyusy-i-minusy-wordpress.html (дата обращения 03.01.2020).
42. Преимущества и недостатки конструктора Ucoz // Как создать сайт на Ucoz. - . - URL: <https://livesurf.ru/kak-sozdat-sajt-na-ucoz/5411-preimushhestva-i-nedostatki-konstruktora-ucoz-ego-analogi.html> (дата обращения 12.12.2019).
43. Продвижение // Свободная энциклопедия. - 2019. - 12 марта. - URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%B4%D0%B2%D0%B8%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5> (дата обращения 16.12.2019).
44. Продвижение товара и услуг // Онлайн справочник. - 2018. - 18 ноября. - URL: https://yandex.ru/turbo?text=https%3A%2F%2Fspravochnik.ru%2Fmarketing%2Fprodvizhenie_produkcii_marketingovye_kommunikacii%2Fprodvizhenie_tovara_i_uslug%2F (дата обращения 09.11.2019).

45. Разработка web- сайтов: способы, инструменты и проблемы// Генератор продаж: [сайт]. - Москва. - . - URL: <https://sales-generator.ru/blog/razrabotka-veb-saytov/> (дата обращения 09.11.2019).
46. Сайт // Свободная энциклопедия. - 2019. - 6 апреля. - URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A1%D0%B0%D0%B9%D1%82> (дата обращения 23.12.2019).
47. Современные методы продвижения товаров // Маркетинг, реклама, торговля. - 2015. - 14 декабря. - URL:https://otherreferats.allbest.ru/marketing/00628600_0.html (дата обращения 09.11.2019).
48. Структура сайта: схемы советы по разработке, примеры // Генератор продаж: [сайт]. - Москва. - . - URL: <https://sales-generator.ru/blog/struktura-sayta/> (дата обращения 10.01.2020).
49. Традиционная концепция маркетинга // Студопедия. - . - URL: https://studopedia.ru/20_49639_traditsionnaya-kontseptsiya-marketinga.html (дата обращения 06.11.2019).
50. Футер // wiki.rookee.ru: [сайт]. - 2018. - 28 июня. - URL: <https://yandex.ru/turbo?text=https%3A%2F%2Fwiki.rookee.ru%2Ffooter%2F> (дата обращения 20.01.2020).
51. Хостинг // Свободная энциклопедия: [сайт]. - 2018. - 6 февраля. - URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A5%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3>(дата обращения 04.01.2020).
52. Христосенко, М. С. Как привлечь много новых клиентов на корпоративный веб-сайт [Текст] / М. С. Христосенко // Маркетинг в России и за рубежом. – (Интернет-маркетинг). – 2011. – № 4. – С. 83-92.
53. Цветкова, М. С. Информатика и ИКТ: учебник для СПО/ М.С. Цветкова, Л.С. Великович. – Москва: Академия, 2016. – 352с.

54. Что такое ADOBEMUSE // Pro Adobe Muse. - . - URL:<http://proadobemuse.ru/adobe-muse-что-это-такое.html> (дата обращения 18.12.2019).

55. Что такое HTML? URL // Блог. - 2009. - 6 марта. - URL:<https://blogwork.ru/что-такое-html/> (дата обращения 29.10.2019).

56. Что такое вордпресс простыми словами // wpcourses.ru: [сайт]. - 2019. - 15 июня. - URL: <https://wpcourses.ru/что-такое-wordpress/> (дата обращения 6.11.2019).

57. Что такое движок сайта // Создай свой сайт. - 2013. - 15 апреля. - URL: <https://kviter.ru/что-такое-dvizhok-sayta> (дата обращения 14.01.2020).

58. Что такое фирменный паттерн и зачем он нужен компании?//Logaster.ru: [сайт]. - 2018. - 19 июля. - URL:<https://www.logaster.ru/blog/corporate-pattern/> (дата обращения 5.01.2020).

59. Широбокова, Н. Бесплатный конструктор Гугл сайты: что это такое, как создать сайт и удалить/ Н. Широбокова // Интернет грамотность с надеждой . - . - URL:<https://www.inetgramotnost.ru/sajt/gugl-sajty-sozdat.html> (дата обращения 13.12.2019).

60. Энж, Э. SEO – искусство раскрутки сайтов / Э. Энж; пер. с англ. Э. Энж, С. Спенсер, Д. Стрикчиола. –3-е. изд., перераб. и доп. – СПб.: БХВ-Петербург, 2017. – 816 с.: ил.

Мобильная версия сайта

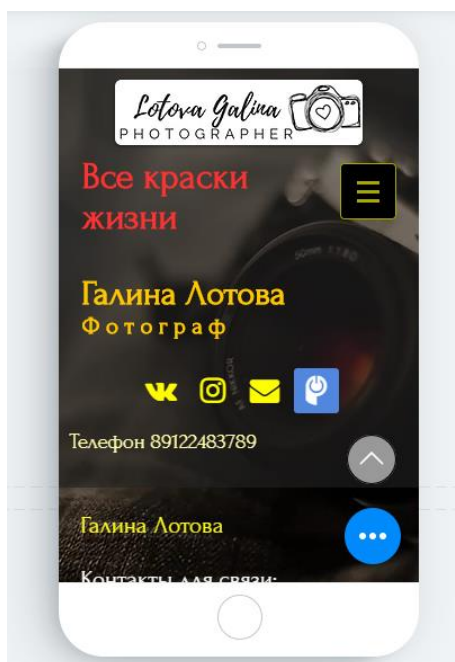


Рисунок 25. Скриншот шапки сайта «Все краски жизни».

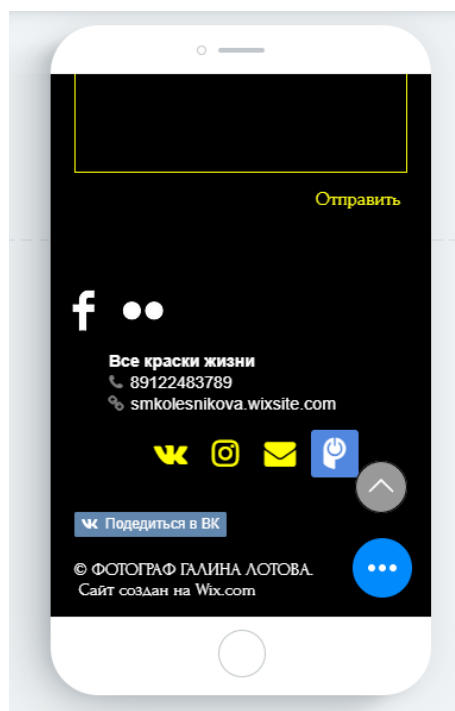


Рисунок 26. Скриншот футера сайта «Все краски жизни».

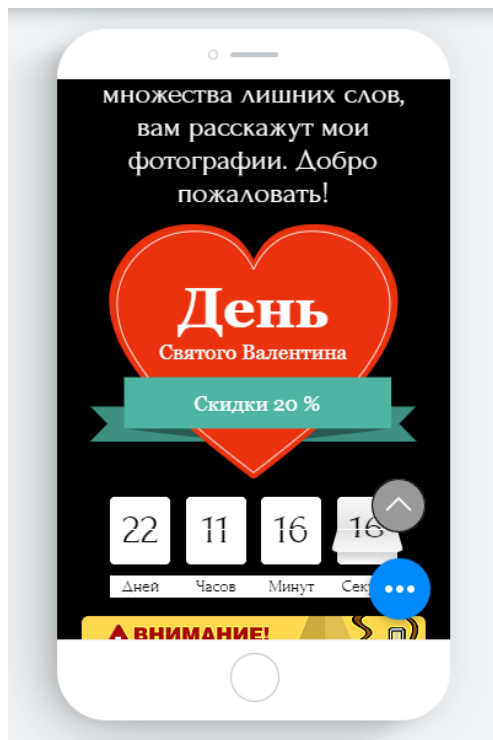


Рисунок 27. Скриншот страницы «Главная» сайта «Все краски жизни».

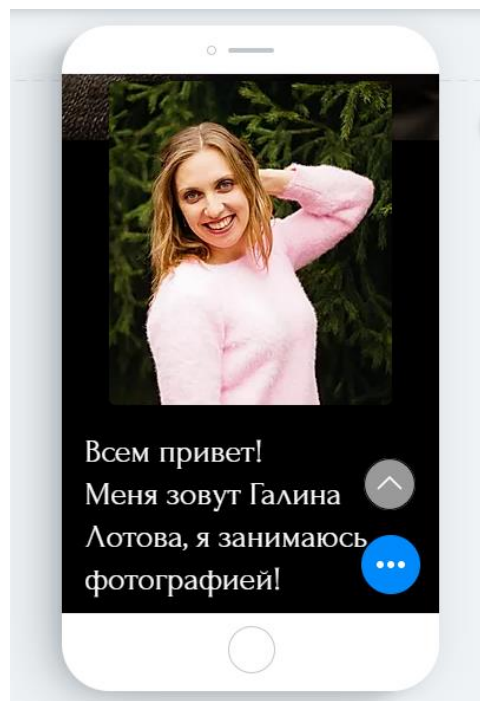


Рисунок 28. Скриншот страницы «Обо мне» сайта «Все краски жизни».

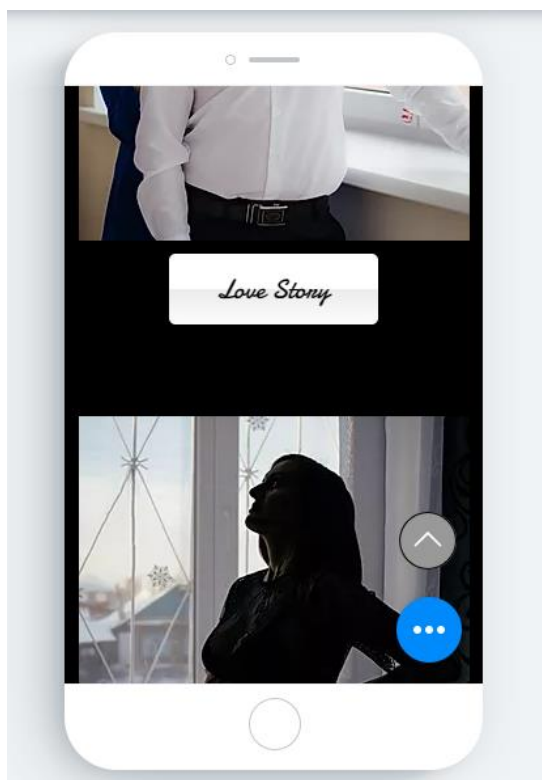


Рисунок 29. Скриншот страницы «Портфолио» сайта «Все краски жизни».

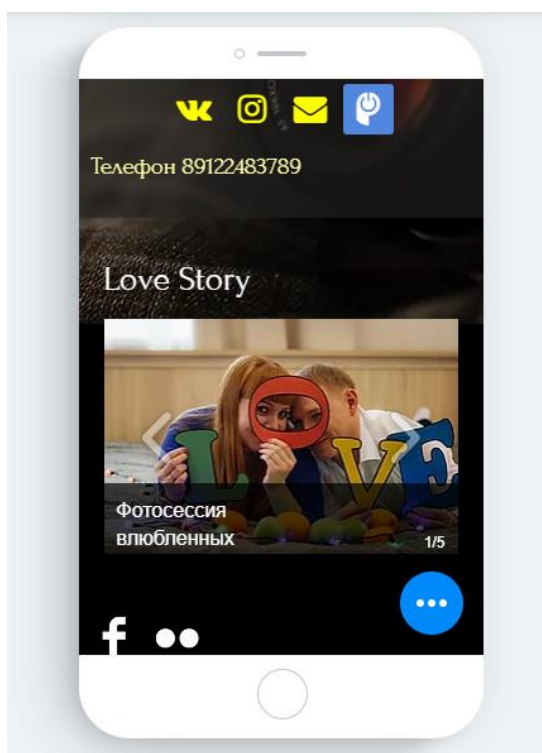


Рисунок 30. Скриншот страницы «LoveStory» сайта «Все краски жизни».

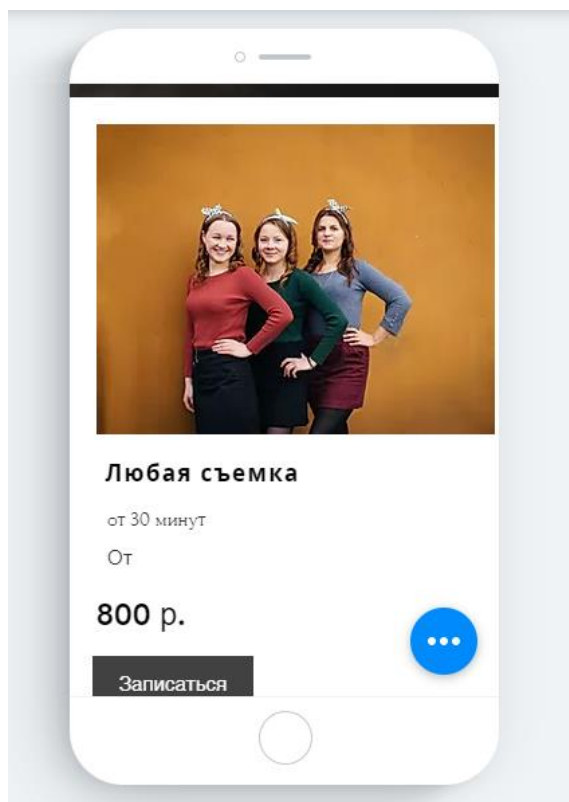


Рисунок 31. Скриншот страницы «Прайс» сайта «Все краски жизни».

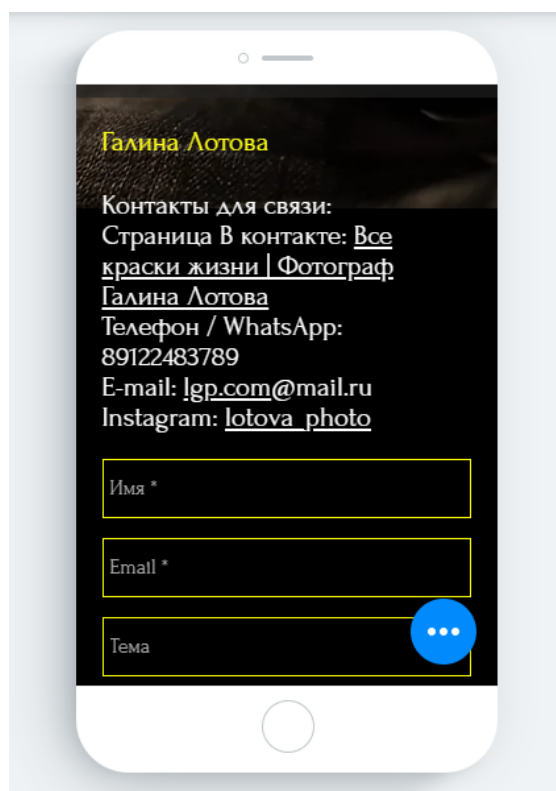


Рисунок 32. Скриншот страницы «Контакты» сайта «Все краски жизни».



Рисунок 33. Скриншот меню сайта «Все краски жизни».